



# **BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**

## **METIERS DE L'ESTHÉTIQUE, COSMÉTIQUE, PARFUMERIE**

**Option A : management, Option B : formation-marques, Option C : cosmétologie**

**Septembre 2013**

# RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Ministère de l'enseignement supérieur  
et de la recherche

**Arrêté du 30 octobre 2012**

**portant définition et fixant les conditions de délivrance du  
brevet de technicien supérieur « métiers de l'esthétique cosmétique parfumerie »  
option A : management, option B : formation-marques, option C : cosmétologie.**

NOR : ESRS1237765A

## **La ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche**

Vu le décret n ° 95-665 du 9 mai 1995 modifié portant règlement général du brevet de technicien supérieur ;

Vu l'arrêté du 9 mai 1995 fixant les conditions d'habilitation à mettre en œuvre le contrôle en cours de formation en vue de la délivrance du baccalauréat professionnel, du brevet professionnel, et du brevet de technicien supérieur ;

Vu l'arrêté du 9 mai 1995 relatif au positionnement en vue de la préparation du baccalauréat professionnel, du brevet professionnel et du brevet de technicien supérieur ;

Vu l'arrêté du 24 juin 2005 fixant les conditions de dispenses d'unités au brevet de technicien supérieur ;

Vu la commission professionnelle consultative « coiffure, esthétique et services connexes » en date du 15 décembre 2011 et du 17 juillet 2012 ;

Vu le Conseil National de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche du 15 octobre 2012 ;

Vu le Conseil Supérieur de l'Education du 24 octobre 2012 ;

### **Arrête**

#### **Article 1**

La définition et les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « métiers de l'esthétique cosmétique parfumerie » option A : management, option B : formation-marques, option C : cosmétologie sont fixées conformément aux dispositions du présent arrêté.

#### **Article 2**

Le référentiel des activités professionnelles, le référentiel de certification et les unités constitutives du référentiel de certification du brevet de technicien supérieur « métiers de l'esthétique cosmétique parfumerie » sont définis en annexe I au présent arrêté.

Les unités communes au brevet de technicien supérieur « métiers de l'esthétique cosmétique parfumerie » et à d'autres spécialités de brevet de technicien supérieur ainsi que les dispenses d'épreuves accordées

conformément aux dispositions de l'arrêté du 24 juin 2005 susvisé, sont définies en annexe I au présent arrêté.

### **Article 3**

La formation sanctionnée par le brevet de technicien supérieur «métiers de l'esthétique cosmétique parfumerie » comporte des stages en milieu professionnel dont les finalités et la durée exigée pour se présenter à l'examen sont précisées à l'annexe II au présent arrêté.

### **Article 4**

En formation initiale sous statut scolaire, les enseignements permettant d'atteindre les compétences requises du technicien supérieur sont dispensés conformément à l'horaire hebdomadaire figurant en annexe III au présent arrêté.

### **Article 5**

Le règlement d'examen est fixé en annexe IV au présent arrêté. La définition des épreuves ponctuelles et des situations d'évaluation en cours de formation est fixée en annexe V au présent arrêté.

### **Article 6**

Pour chaque session d'examen, la date de clôture des registres d'inscription et la date de début des épreuves pratiques ou écrites sont arrêtées par le ministre chargé de l'enseignement supérieur.

La liste des pièces à fournir lors de l'inscription à l'examen est fixée par le ou les recteurs en charge de l'organisation de l'examen.

### **Article 7**

Chaque candidat s'inscrit à l'examen dans sa forme globale ou dans sa forme progressive conformément aux dispositions des articles 16, 23, 23 bis, 24 et 25 du décret du 9 mai 1995 susvisé.

Dans le cas de la forme progressive, le candidat précise les épreuves ou unités qu'il souhaite subir à la session pour laquelle il s'inscrit.

Le brevet de technicien supérieur « métiers de l'esthétique cosmétique parfumerie » est délivré aux candidats ayant passé avec succès l'examen défini par le présent arrêté conformément aux dispositions du titre III du décret du 9 mai 1995 susvisé.

### **Article 8**

Les correspondances entre les épreuves de l'examen organisées conformément à l'arrêté du 29 juillet 1998 modifié fixant les conditions de délivrance des brevets de technicien supérieur « esthétique-cosmétique » et les épreuves de l'examen organisées conformément au présent arrêté sont précisées en annexe VI au présent arrêté.

La durée de validité des notes égales ou supérieures à 10 sur 20 obtenues aux épreuves de l'examen subi selon les dispositions de l'arrêté du 29 juillet 1998 précité et dont le candidat demande le bénéfice dans les conditions prévues à l'alinéa précédent, est reportée dans le cadre de l'examen organisé selon les dispositions du présent arrêté conformément à l'article 17 du décret susvisé et à compter de la date d'obtention de ce résultat.

### **Article 9**

La première session du brevet de technicien supérieur « métiers de l'esthétique cosmétique parfumerie » organisée conformément aux dispositions du présent arrêté aura lieu en 2015.

La dernière session des brevets de technicien supérieur « esthétique-cosmétique » organisée conformément aux dispositions de l'arrêté du 29 juillet 1998 précité, aura lieu en 2014. A l'issue de cette session l'arrêté du 29 juillet 1998 précité est abrogé.

#### **Article 10**

La directrice générale pour l'enseignement supérieur et l'insertion professionnelle et les recteurs sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté qui sera publié au *Journal officiel* de la République.

Fait le 30 octobre 2012

Pour la ministre et par délégation,  
La Directrice générale pour l'enseignement supérieur et l'insertion professionnelle,  
S. BONNAFOUS

N.B. Le présent arrêté et ses annexes III, IV et VI seront consultables au bulletin officiel du Ministère de l'éducation nationale et du Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche du 6 décembre 2012 mis en ligne sur les sites [www.education.gouv.fr](http://www.education.gouv.fr) et [www.enseignementsup-recherche.gouv.fr](http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr)

**Paru au Journal Officiel de la République française le 16 novembre 2012**

## SOMMAIRE

<b>Annexe I - RÉFÉRENTIEL DU DIPLOME</b>	6
Référentiel des activités professionnelles	7
Référentiel de certification	12
Savoirs associés	28
<b>Annexe II – STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL</b>	78
<b>Annexe III - GRILLE HORAIRE</b>	81
<b>Annexe IV - RÉGLEMENT D'EXAMEN</b>	85
<b>Annexe V - DÉFINITION DES EPREUVES</b>	87
<b>Annexe VI - TABLEAUX DE CORRESPONDANCE</b>	108

## ANNEXE I

# RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

## APPELLATION DU DIPLOME

### **BTS « Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie »**

#### CHAMP D'ACTIVITÉ

## **1. Définition**

Le BTS « Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie » concerne les secteurs de la cosmétologie et de l'esthétique. Le titulaire de ce diplôme possède des compétences lui permettant de se situer en qualité de personnel hautement qualifié dans les domaines de la cosmétique, de l'esthétique et de la parfumerie.

L'intitulé du BTS « Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie » souligne la double dimension de ce diplôme : l'acquisition d'une connaissance approfondie du produit cosmétique et de sa commercialisation, sous les aspects tant scientifiques, réglementaires, économiques, que techniques, s'appuie sur une maîtrise certaine des techniques esthétiques. Quelle que soit l'option choisie, le technicien supérieur en Esthétique, Cosmétique et Parfumerie doit être capable de mettre en relation les savoirs acquis dans tous ces domaines au service de différents publics (clients et professionnels).

Cette profession demande un esprit ouvert aux nouvelles technologies en raison de l'évolution permanente des produits, des techniques et de l'apparition de nouveaux équipements.

Le titulaire du BTS « Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie » peut assurer les fonctions suivantes :

- Expertise et conseil scientifiques et technologiques,
- Gestion, management,
- Animation, formation.

L'action de ce professionnel s'exerce conformément aux règles d'hygiène, de sécurité et d'ergonomie.

L'environnement professionnel exige le respect de la législation, des normes, des règles d'éthique et de déontologie. La prise en compte de la politique de développement durable, de la veille technologique et juridique s'impose.

Tous les choix et les actions du professionnel s'inscrivent dans le cadre d'une démarche qualité.

La gestion de la qualité est à appréhender de la fabrication à la distribution des produits cosmétiques, de la conception à la mise en œuvre de prestations esthétiques.

Les responsabilités du technicien supérieur sont définies selon sa position dans la structure.

L'autonomie est pleine et entière dans l'exécution des tâches listées dans le référentiel d'activités professionnelles.

## 2. Contexte professionnel

### 2.1. Données socio-économiques

Les secteurs cosmétiques et esthétiques ont un rôle au sein de l'économie française en termes de poids économique. Ces secteurs sont en constante croissance. Le secteur de la cosmétique comprend de grandes entreprises, dont deux grands groupes français leaders mondiaux regroupant en 2011 40 000 salariés. Le secteur de l'esthétique comprend près de 27 000 établissements dont un peu plus de 16 000 instituts (hors SPA) et 25 200 fournisseurs appartenant à des grands réseaux de distribution. L'effectif total est d'environ 50 000 salariés.

### 2.2. Emplois concernés

Les emplois pour ces professionnels se situent dans de nombreux secteurs, qui se distinguent par leurs spécificités.

Les métiers visés relèvent :

- soit de l'esthétique et de la cosmétique dans ses dimensions d'innovation, de qualité des soins et dans celles de management et gestion d'instituts ;
- soit de la production industrielle dans le cadre de la conception, du développement, du contrôle et de l'évaluation de nouveaux produits, techniques et appareils ;
- soit d'animations commerciales, de sessions de formation pour des marques : produits cosmétiques, matériels et appareils pour l'esthétique.

Les principales appellations qui correspondent à ces métiers sont les suivantes :

- responsable d'institut, de spa, de centre de beauté, de parfumerie, d'entreprise de distribution ;
- conseiller de vente ;
- assistant chef de produit ;
- esthéticien(ne) ;
- conseiller expert ;
- formateur (France, International) ;
- animateur-formateur, marchandiseur ;
- technico-commercial ;
- technicien en biométrie et analyse sensorielle ;
- technicien en recherche et de développement...

Quel que soit le secteur, l'activité du titulaire du BTS « Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie » nécessite un haut niveau scientifique ainsi que la maîtrise d'au moins une langue vivante étrangère.

### 2.2. Types d'entreprise

Le titulaire du BTS « Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie » peut exercer son activité dans des structures variées :

- instituts, spa, centre de bien-être,
- entreprises de distribution : parfumeries, parapharmacie, grands magasins...
- entreprises de fabrication et de distribution de produits cosmétiques et de matériels professionnels,
- entreprises chargées d'évaluation cosmétique.

Les titulaires de ce BTS choisissent le secteur d'activités dans lequel ils souhaitent s'investir et pour cela, en fin de première année, les étudiants s'orientent vers l'option caractéristique du secteur choisi : Management – Formation - Marque(s) – Cosmétologie.

Ils peuvent avoir accès aux licences du champ de la cosmétologie et aux licences d'autres champs pour poursuivre leur parcours professionnel.



## DESCRIPTION DES FONCTIONS, ACTIVITES ET TÂCHES

FONCTIONS	Activités	Tâches
<b>EXPERTISE ET CONSEILS TECHNOLOGIQUES</b>	<b>conception et réalisation de soins esthétiques, de maquillage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>exécution de soins performants et innovants, de maquillage</li> <li>mise au point de nouveaux soins, adaptation de techniques</li> <li>élaboration de programmes de soins</li> <li>réalisation de démonstration de soins, de maquillage et d'utilisation d'appareils</li> </ul>
	<b>conseil et vente de produits et d'appareils de haute technologie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>évaluation des attentes, des motivations, des besoins des clients (consommateurs ou professionnels)</li> <li>présentation des produits, des matériels aux clients (consommateurs ou professionnels)</li> <li>négociation avec les professionnels</li> </ul>
	<b>élaboration et mise au point de protocoles opératoires</b>  <b>fabrication de produits cosmétiques</b>  <b>réalisation de contrôles</b>  <b>évaluation cosmétique</b>  <b>participation à la démarche qualité</b>  <b>veille technologique et réglementaire</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>proposition et réalisation de formulation à partir d'un « <i>brief marketing</i> »</li> <li>conception, réalisation et validation de protocoles</li> <li>proposition d'évolution de protocoles, de formulations</li> <li>participation au choix de contrôles,</li> <li>réalisation de contrôles physico-chimiques, microbiologiques...</li> <li>réalisation de tests de bio métrologie et d'analyse sensorielle</li> <li>analyse des résultats, propositions d'adaptation</li> <li>constitution de panels, communication et suivi</li> <li>formation de personnel à l'autocontrôle</li> <li>communication avec le marketing, la production</li> <li>constitution de « dossier-produit »</li> <li>contribution à la conception de documents Qualité</li> <li>suivi de la mise en œuvre de la démarche qualité</li> <li>sélection et référencement de la documentation scientifique, technique, réglementaire et normative</li> </ul>
<b>GESTION, MANAGEMENT</b>	<b>élaboration du projet d'exploitation et/ou du business plan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>détermination des conditions d'ouverture et de l'offre de service</li> <li>participation à la définition des objectifs, accompagnement des fournisseurs</li> <li>veille concurrentielle</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• suivi du plan de maintenance et d'entretien des équipements</li> <li>• mise en place de la démarche qualité</li> <li>• prospection de nouveaux clients</li> </ul>
	<b>encadrement du personnel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• recrutement et formation</li> <li>• organisation et suivi du travail d'une équipe, coordination</li> <li>• animation et motivation de l'équipe</li> <li>• évaluation</li> </ul>
	<b>participation à la gestion financière</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• élaboration et analyse des tableaux de bord des ventes</li> <li>• analyse des besoins</li> <li>• gestion des achats et des stocks</li> <li>• comptabilité de l'établissement</li> </ul>
	<b>développement de la relation de services</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• information et conseils à la clientèle</li> <li>• élaboration de plans visant au développement et à la fidélisation de la clientèle</li> <li>• évaluation des actions conduites</li> </ul>
<b>ANIMATION, FORMATION</b>	<p><b>conception et mise en œuvre d'actions dans le cadre de la stratégie commerciale</b></p> <p><b>production de documents professionnels, techniques</b></p> <p><b>animation d'équipe</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• exploitation d'informations sur l'offre de produits et de services, sur la clientèle...</li> <li>• organisation, réalisation et évaluation d'actions de lancement de produits, de matériels, d'appareils et de services</li> <li>• création et actualisation de supports pour les actions d'animation et de formation</li> <li>• exploitation des actions conduites en lien avec le marketing et la R&amp;D</li> <li>• organisation et coordination du travail d'équipe</li> <li>• suivi des activités de l'équipe</li> </ul>

Ces différentes fonctions, déclinées en activités et tâches que le professionnel exerce en pleine autonomie ou sous l'autorité de sa hiérarchie, peuvent ne pas toutes être réalisées au sein de la structure employeur, en particulier lors d'un premier emploi.

Cependant l'acquisition de ces compétences relatives à ces activités est un atout pour la mobilité du professionnel au sein de la structure ou à l'extérieur de celle-ci et pour son adaptabilité à d'autres emplois.

# MISE EN RELATION DU RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES ET DU RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

Compte tenu des trois perspectives d'insertion du futur technicien supérieur, le choix entre trois options est proposé en deuxième année : management, formation - marque(s), cosmétologie. Aux fonctions, activités et tâches listées dans le référentiel d'activités professionnelles correspondent un groupe de compétences communes et des compétences spécifiques à chacune des trois options.

## RÉFÉRENTIEL DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

EXPERTISE ET  
CONSEILS  
TECHNOLOGIQUES

GESTION  
MANAGEMENT

ANIMATION  
FORMATION

## RÉFÉRENTIEL DE CERTIFICATION

### COMPÉTENCES COMMUNES

CC1  
PRESTATIONS ET SERVICES

CC2  
COMMUNICATION  
PROFESSIONNELLE

CC3  
ENVIRONNEMENT  
PROFESSIONNEL

### COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES

CS1  
MANAGEMENT

CS2  
FORMATION - MARQUES

CS3  
COSMÉTOLOGIE

CC : Compétences Communes

CS : Compétences Spécifiques

Les compétences communes s'acquièrent en première année.

Les compétences spécifiques de l'option choisie s'acquièrent en seconde année.

En première année sont dispensés les enseignements de deux langues vivantes étrangères (LVE.A et LVE.B).

En seconde année, l'enseignement de LVE.A est poursuivi pour les trois options. La LVE.B se poursuit pour l'option Formation - Marques. La LVE.B est facultative pour les options Management et Cosmétologie.

Les langues vivantes sont choisies conformément à la liste des langues vivantes définies dans l'arrêté de juillet 2008.

Les langues vivantes A et B sont distinctes.

## RÉFÉRENTIEL de CERTIFICATION

		Compétences
<b>GROUPE DE COMPÉTENCES COMMUNES</b>	CC1 Prestations et services	CC1.1. Concevoir et mettre en œuvre des prestations (soins et techniques) performantes et innovantes CC1.2. Adapter sa pratique, son expertise en tenant compte de l'évolution des savoirs, des techniques et des contextes CC1.3. Concevoir des conseils experts dans un objectif de vente
	CC2 Communication professionnelle	CC2.1. Rechercher, collecter et exploiter des ressources relatives à la profession en vue d'une communication stratégique CC2.2. Établir une relation professionnelle auprès de différents interlocuteurs (clients, professionnels, partenaires...)
	CC3 Environnement professionnel	CC3.1. Gérer l'environnement de travail CC3.2. Assurer la qualité (produits, prestations, services) CC3.3. S'inscrire dans les enjeux de la profession, dans un cadre local et international
<b>COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES</b>	CS1 Management	CS1.1. Gérer l'entreprise CS1.2. Élaborer des projets entrepreneuriaux (création, reprise, gestion et développement d'entreprise) CS1.3. Assurer le développement de l'entreprise
	CS2 Formation - Marque(s)	CS2.1. Concevoir, impulser et conduire des actions d'information, d'animation et de négociation dans le respect de l'image et de la culture de l'entreprise CS2.2. Former aux techniques de soins, aux techniques de vente et d'utilisation de produits, animer des actions CS2.3. Négocier les ventes de produits, de matériels, d'appareils
	CS3 Cosmétologie	CS3.1. Réaliser une étude technique dans le cadre de « recherche et développement » (R&D) CS3.2. Mettre en œuvre des techniques de fabrication, de contrôle CS3.3. Objectiver l'efficacité d'un produit, d'une technique CS3.4. Réaliser une analyse sensorielle

# RÉFÉRENTIEL de CERTIFICATION

## CC1 : PRESTATIONS et SERVICES

**CC1.1. Concevoir et mettre en œuvre des prestations (soins et techniques) performantes et innovantes dans le domaine de l'esthétique et de la parfumerie.**

**CC1.2. Adapter sa pratique, son expertise en tenant compte de l'évolution des savoirs, de techniques et contextes.**

**CC1.3. Concevoir des conseils experts dans un objectif de vente.**

**C1.1. Concevoir et mettre en œuvre des prestations (soins et techniques) performantes et innovantes dans le domaine de l'esthétique et de la parfumerie**

**C1.1.1. Identifier les besoins et les attentes des publics**

**C1.1.2. Réaliser, en expert, des prestations esthétiques performantes et innovantes**

**C1.1.3. Concevoir de nouveaux protocoles de soin et de vente**

**C1.1.4. Mettre en œuvre des techniques esthétiques et cosmétiques comparatives**

**C1.1.5. Évaluer les résultats d'une prestation, la satisfaction de la clientèle**

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<p><b>C1.1.1. Identifier les besoins et les attentes des publics</b></p> <p><b>C1.1.2. Réaliser, en expert, des prestations esthétiques performantes et innovantes</b></p> <p><b>C1.1.3. Concevoir de nouveaux protocoles de soin et de vente</b></p> <p><b>C1.1.4. Mettre en œuvre des techniques esthétiques et cosmétiques comparatives</b></p> <p><b>C1.1.5. Évaluer les résultats d'une</b></p>	<p>Environnement professionnel</p> <p>Contexte économique, sociologique, culturel, juridique et technique</p> <p>Équipement esthétique (y compris spa) et techniques, produits cosmétiques</p> <p>Documents supports de la démarche qualité</p>	<p>Diagnostic et propositions prenant en compte les dimensions biologique, culturelle, socio-économique... des publics</p> <p>Constitution et exploitation du fichier clients</p> <p>Organisation rationnelle et pertinente au regard des contraintes et des objectifs</p> <p>Maîtrise des techniques manuelles, d'utilisation de produits, d'utilisation d'appareils</p> <p>Respect des protocoles d'une marque et de la démarche qualité</p> <p>Choix de techniques, d'appareils, de produits : prise en compte des limites et des atouts</p> <p>Inscription du geste esthétique, de l'utilisation de produits dans une approche cosmétologique</p> <p>Choix de méthodes, d'indicateurs adaptés</p> <p>Méthodes et outils d'évaluation adaptés</p> <p>Bilan opérationnel identifiant les écarts, les risques... et proposant des mesures correctives, des évolutions...</p> <p>Mise en œuvre d'actions correctives</p> <p>Résultats répondant aux attentes explicites et implicites de la clientèle</p>

prestation, la satisfaction de la clientèle	Repérage, hiérarchisation et traitement des objections Gestion des insatisfactions et des suggestions du client
---	--

<p><b>C.1.2. Adapter sa pratique, son expertise en tenant compte de l'évolution des savoirs, des techniques et des contextes</b></p> <p><b>C1.2.1. Intégrer les pratiques et technologies innovantes dans un cadre national, européen, international</b></p> <p><b>C1.2.2. Maîtriser les risques (humains, matériels, économiques...) liés aux innovations</b></p>
--

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<p><b>C1.2.1. Intégrer les pratiques et technologies innovantes dans un cadre national, européen, international</b></p> <p><b>C1.2.2. Maîtriser les risques (humains, matériels, économiques...) liés aux innovations</b></p>	<p>Ressources documentaires, techniques, scientifiques...</p> <p>Cadre législatif et réglementaire au niveau national, européen et international</p> <p>Contexte professionnel (personnel...)</p>	<p>Repérage des pratiques et technologies innovantes</p> <p>Maîtrise des nouveaux savoirs et savoir-faire</p> <p>Pertinence des nouvelles propositions au regard des contextes</p> <p>Prise en compte de la réglementation en vigueur, des principes du développement durable et de la démarche qualité, de la protection du consommateur</p> <p>Organisation pertinente d'une maintenance préventive</p> <p>Choix d'actions intégrant un équilibre et une dynamique respectant les différentes données</p>

<p><b>C.1.3. Concevoir des conseils experts dans un objectif de vente</b></p> <p><b>C1.3.1. Identifier le profil client</b></p> <p><b>C1.3.2. Sélectionner les solutions adaptées</b></p> <p><b>C1.3.3. Argumenter les solutions retenues</b></p>
---

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<p><b>C1.3.1. Identifier le profil client</b></p> <p><b>C1.3.2. Sélectionner les solutions adaptées</b></p> <p><b>C1.3.3. Argumenter les solutions retenues</b></p>	<p>Base de données clients</p> <p>Informations sur les produits, tarifs, barèmes</p> <p>Argumentaires</p> <p>Instructions spécifiques, marges de manœuvre</p>	<p>Repérage et hiérarchisation des besoins, des attentes du client</p> <p>Identification des motivations et des freins</p> <p>Choix prenant en compte la stratégie commerciale de l'entreprise</p> <p>Propositions intégrant la dimension globale de la personne et des services connexes (coiffure...)</p> <p>Solutions adaptées aux attentes du client</p>

## CC2 : COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

**C2.1. Rechercher, collecter et exploiter des ressources relatives à la profession en vue d'une communication stratégique**

**C2.2. Établir une relation professionnelle auprès de différents interlocuteurs (clients, professionnels, partenaires...)**

**C2.1. Rechercher, collecter et exploiter des ressources relatives à la profession en vue d'une communication stratégique**

**C2.1.1. Caractériser la situation donnée**

**C2.1.2. Constituer une base documentaire**

**C2.1.3. Élaborer des supports à visée stratégique**

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<b>C2.1.1. Caractériser la situation donnée</b> <b>C2.1.2. Constituer une base documentaire</b> <b>C2.1.3. Élaborer des supports à visée stratégique</b>	Données sur la marque, le produit, l'entreprise. Contexte commercial, scientifique et technique. Contexte juridique et règles déontologiques.	Repérage des dimensions de la situation culturelle, socio-économique, concurrentielle... de la situation Diversité et originalité des sources recensées au regard de la demande et des contraintes Sélection et traitement d'informations Choix pertinent des informations à transmettre, du mode de communication et de diffusion au regard du public, de la situation... Formalisation (écrite, visuelle ou orale) respectant les règles éthiques, professionnelles, de la qualité... et intégrant les technologies de l'information et de la communication adaptées Messages adaptés dans la forme et le fond

**C2.2. Établir une relation professionnelle auprès de différents interlocuteurs (clients, professionnels, partenaires...)**

**C2.2.1. Promouvoir l'image, les valeurs, la stratégie de la marque, de l'entreprise**

**C2.2.2. Communiquer à l'écrit et à l'oral**

**C2.2.3. Communiquer dans une langue étrangère**

**C2.2.4. Évaluer l'efficacité de la communication, proposer des actions correctives**

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<b>C2.2.1. Promouvoir l'image, les valeurs, la stratégie de la marque, de l'entreprise</b> <b>C2.2.2. Communiquer à l'écrit et à l'oral</b> <b>C2.2.3.</b>	Objectifs, politique et culture de l'entreprise Dossiers Produits, comptes clients, dossiers fournisseurs Études de zone de chalandise, études de géomercatique, résultats de panels...	Mise en valeur de « l'identité produit », « l'identité technique » Caractérisation du couple « client- produit ou service » Positionnement correct de la marque, de l'entreprise au regard de la concurrence, des évolutions technologiques et sociologiques...

<p><b>Communiquer dans une langue étrangère</b></p>	<p>Données sur les contextes : démographique,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• institutionnel,</li> <li>• socio-économique,</li> <li>• sociologique,</li> <li>• juridique,</li> <li>• culturel.</li> </ul> <p>Cadre législatif et réglementaire Outils et documents professionnels</p>	<p>Adaptation du message aux objectifs, à la diversité des publics et aux moyens retenus Respect des règles éthiques professionnelles, des engagements pris Qualité de l'écoute, de la compréhension de la situation Propositions et/ou choix justifiés de méthodes, d'outils adaptés, attractifs Maîtrise et richesse du discours professionnel Maîtrise des techniques de gestion de groupe, d'animation</p>
<p><b>C2.2.4. Évaluer l'efficacité de la communication, proposer des actions correctives</b></p>	<p>Moyens matériels</p>	<p>Choix de méthodes et d'outils permettant de vérifier l'appropriation, par les publics visés, du discours Choix de mesures correctives à mettre en place dans un objectif donné</p>

### CC3 : ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

#### C3.1. Gérer l'environnement de travail

#### C3.2. Assurer la qualité (produits, prestations, services)

#### C3.3. S'inscrire dans les enjeux de la profession, dans un cadre local et international

#### C3.1. Gérer l'environnement de travail

##### C3.1.1. Optimiser les fonctions et l'organisation des locaux professionnels

##### C3.1.2. Adapter les évolutions de services, de prestations au contexte organisationnel

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<p><b>C3.1.1. Optimiser les fonctions et l'organisation des locaux professionnels</b> <b>C3.1.2. Adapter les évolutions de services, de prestations au contexte organisationnel</b></p>	<p>Plans locaux professionnels Plannings occupation locaux professionnels Normes Réglementation Notices techniques appareils</p>	<p>Interpréter un plan Établir un état des lieux de l'offre de prestations au regard de l'organisation des locaux Proposer des adaptations des locaux Proposer des évolutions des gammes de produits, des matériels et appareils</p>



### C3.2. Assurer la qualité (produits, prestations, services)

#### C3.2.1. Contribuer à la veille réglementaire, scientifique et, technologique

#### C3.2.2. Mettre en œuvre la démarche qualité, la politique de développement durable

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<b>C3.2.1.</b> <b>Contribuer à la veille réglementaire, scientifique et, technologique</b>	Contexte économique, juridique, technique, commercial, culturel... Document unique : résultats de l'évaluation des risques professionnels au sein de l'entreprise	Recueil de données ouvert sur les progrès technologiques, les évolutions internationales Élaboration et diffusion d'informations actualisées Propositions d'évolutions prenant en compte les innovations, les règles et les contraintes...
<b>C3.2.2.</b> <b>Mettre en œuvre la démarche qualité, la politique de développement durable</b>	Normes françaises, européennes, internationales Informations données par : la médecine du travail, INRS, fédérations professionnelles... Équipement esthétique, produits cosmétiques Déontologie Partenaires de l'entreprise Étude de marché Enquête Supports de colloques, salon..., revues	Respect des procédures et protocoles, de l'éthique professionnelle  Choix d'actions relatives à la santé et à la sécurité professionnelles  Choix de méthodes et d'outils adaptés, conception de projet

### C3.3. S'inscrire dans les enjeux de la profession, dans un cadre local et international

#### C3.3.1. Analyser le contexte professionnel local, européen... en vue d'adaptation, d'évolution

#### C3.3.2. Mettre en place un travail en synergie avec le personnel de l'entreprise et avec d'autres professionnels

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<b>C3.3.1.</b> <b>Analyser le contexte professionnel local, européen... en vue d'adaptation, d'évolution</b>	Contexte du marché Données socio-économico-politiques du pays Conditions climatiques, démographie, risques sanitaires Informations à qualifier Codes culturels et professionnels	Caractérisation des dimensions : scientifique, juridique, technologique, commerciale... du contexte, du public... Veille géographique et commerciale Propositions d'actions de développement en réponse au contexte
<b>C3.3.2.</b> <b>Mettre en place un travail en synergie avec le personnel de l'entreprise et avec d'autres professionnels</b>	Données sur le réseau de contacts pertinent et pluriculturel (métiers de la coiffure de la mode du tourisme) Chartes professionnelles et déontologie Contexte de l'intervention Outils informatiques, logiciels	Repérage des compétences, des politiques et des actions des personnels et/ou des partenaires au regard des besoins Respect de la culture professionnelle spécifique Propositions argumentées d'actions en interne ou en partenariat coopératif avec les professionnels de la santé et/ou d'autres professionnels (de la coiffure,

	adaptés Organigrammes Projet, partenariats Calendriers, planning de travail Fiches de poste, ... Législation du travail, convention collective Informations concernant le personnel (rotation, absentéisme, qualifications...)	de la mode, du tourisme...) Présentation de nouvelle organisation et/ou de projet d'action
--	---	--

## CS1 : MANAGEMENT

### CS1.1. Gérer l'entreprise

### CS1.2. Élaborer des projets entrepreneuriaux (création, reprise, gestion et développement d'entreprise)

### CS1.3. Assurer le développement de l'entreprise

### S1.1. Gérer l'entreprise

#### S1.1.1. Gérer la trésorerie de l'entreprise, suivre le cycle d'exploitation

#### S1.1.2. Gérer les produits et les matériels

#### S1.1.3. Recruter les personnels

#### S1.1.4. Encadrer l'équipe

#### S1.1.5. Évaluer l'atteinte des objectifs

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<b>S1.1.1.</b> <b>Gérer la trésorerie de l'entreprise, suivre le cycle d'exploitation</b>	Contexte commercial, scientifique et technologique  Contexte économique, juridique et technique  Objectifs, politique et culture de l'entreprise  Dossiers produits, comptes clients, dossiers fournisseurs, dossier personnel  Résultats de panels, tableaux de bord...  Programmes de formation et de stimulation	Décomposition et interprétation du cycle d'exploitation, prise de décision adaptée aux situations Analyse et utilisation du compte d'exploitation Suivi de tableaux de <i>reporting</i> Calcul des retours sur investissement, sur actions promotionnelles Gestion des abonnements, des impayés... Gestion de caisse : fond de caisse, repérage des erreurs... Analyse pertinente du compte de résultat et du bilan Choix pertinent d'indicateurs de bonne santé, analyse judicieuse des indicateurs Évaluation de la rentabilité de l'entreprise Évaluation judicieuse des besoins Portefeuille de fournisseurs adapté aux objectifs de l'entreprise, choix des partenaires commerciaux Négociation des conditions d'achat et de réassortiment Procédures de réception, de stockage et de
<b>S1.1.2.</b> <b>Gérer les produits et les matériels</b>		

<p><b>S1.1.3.</b> <b>Recruter des personnels</b></p> <p><b>S1.1.4.</b> <b>Encadrer l'équipe</b></p> <p><b>S1.1.5.</b> <b>Évaluer l'atteinte des objectifs</b></p>		<p>suivi conformes et efficaces</p> <p>Efficacité de la chaîne d'approvisionnement</p> <p>Identification et mise en relation des compétences nécessaires et des potentiels individuels et collectifs</p> <p>Création d'outils (profil de poste, grille d'entretien)</p> <p>Élaboration de plannings opérationnels</p> <p>Prise en compte des compétences, des contraintes, du positionnement au regard des missions données et des objectifs définis</p> <p>Repérage des besoins de formation</p> <p>Élaboration du plan de formation (dans le cadre d'action de tutorat, d'accompagnement dans la prise de poste, d'adaptation à l'emploi...)</p> <p>Utilisation pertinente de techniques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• d'animation de groupe,</li> <li>• de conduite de réunion,</li> <li>• de résolution de conflits</li> </ul> <p>Mise en place de dispositifs d'alerte, de procédures d'ajustements au regard de situation donnée</p> <p>Proposition de méthodes et d'outils d'évaluation</p>
---	--	---

## S1.2. Élaborer des projets entrepreneuriaux (création, reprise, développement d'entreprise)

**S1.2.1. Élaborer et suivre le projet d'exploitation, le business plan, le *process* de travail**

**S1.2.2. Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de communication**

**S1.2.3. Évaluer les opérations promotionnelles**

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<p><b>S1.2.1.</b> <b>Élaborer et suivre le projet d'exploitation, le business plan, le <i>process</i> de travail</b></p> <p><b>S1.2.2.</b> <b>Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de communication dans le cadre de lancements de matériel, de</b></p>	<p>Contexte commercial, scientifique et technologique</p> <p>Contexte économique, juridique et technique</p> <p>Étude de zone de chalandise, étude de géomercatique</p> <p>Objectifs, politique et culture de l'entreprise</p> <p>Dossier produits, comptes clients, fournisseurs</p> <p>Études de zone de chalandise, études de géomercatique, résultats de panels...</p>	<p>Choix de priorités conformes aux objectifs</p> <p>Mise en place des outils et équipements nécessaires</p> <p>Élaboration d'un plan d'action, proposition d'une démarche qualité</p> <p>Mobilisation des ressources financières, matérielles et humaines</p> <p>Prise en compte des contraintes et réajustement du business plan</p> <p>Élaboration de protocoles : produits, matériels, techniques...</p> <p>Formulation de propositions d'amélioration en rapport avec les évolutions techniques, commerciales et financières</p> <p>Formulation de plans ou d'actions de communication conformes aux objectifs</p> <p>Respect de l'image de la marque</p> <p>Choix des modalités de communication</p> <p>Proposition de formes, de matériaux, de</p>

<b>produits, de service, de développement des ventes</b> <b>S1.2.3.</b> <b>Évaluer les opérations promotionnelles</b>	Tableaux de bord de gestion et de production, positionnement concurrentiel...	graphismes  Méthodes et outils d'évaluation adaptés Propositions d'évolutions
---	---	--

### **S1.3. Assurer le développement de l'entreprise**

#### **S1.3.1. Suivre la clientèle, la développer et la fidéliser**

#### **S1.3.2. Mettre en adéquation les attentes de la clientèle avec les objectifs de l'entreprise et les contraintes liées à la productivité**

#### **S1.3.3. Veiller au bon positionnement concurrentiel**

<b>Compétences</b>	<b>Moyens et ressources</b>	<b>Indicateurs d'évaluation</b>
<b>S1.3.1.</b> <b>Suivre la clientèle, la développer et la fidéliser</b>  <b>S1.3.2.</b> <b>Mettre en adéquation les attentes de la clientèle avec les objectifs de l'entreprise et les contraintes liées à la productivité</b>  <b>S1.3.3.</b> <b>Veiller au bon positionnement concurrentiel</b>	Bases de données clients Documents de communication Informations sur les produits, tarifs, barèmes Argumentaires Conditions générales de vente, garanties Réglementation liée à la vente Objectifs commerciaux Instructions spécifiques, autorisations, marges de manœuvre Plans d'actions commerciales, budgets Procédures, manuel qualité Information sur le contexte et l'environnement	Mise en relation des profils de la clientèle et des tendances du marché, des innovations Choix de méthodes et d'outils de mesure de la fidélité de la clientèle Choix de moyens de fidélisation cohérents avec le diagnostic, les objectifs, le budget, l'image de l'entreprise et la cible Maîtrise des processus d'interrogation des systèmes d'information sur l'environnement, la concurrence, les nouvelles technologies... Mise en relation d'informations de domaines multiples Réalisation d'analyse prospective Propositions d'évolution innovantes Mise à disposition d'informations accessibles favorisant la réactivité Collecte d'informations pertinentes Repérage des tendances du marché et des politiques de développement des entreprises périphériques

## CS2 : FORMATION - MARQUES

**S2.1. Concevoir, impulser et conduire des actions d'informations, d'animation et de négociation dans le respect de l'image et de la culture de l'entreprise**

**S2.2. Former aux techniques de soins et d'utilisation de produits, aux techniques de vente**

**S2.3. Négocier les ventes de produits, de matériels, d'appareils**

**S2.1. Concevoir, impulser et conduire des actions d'information, d'animation et de négociation dans le respect de l'image de la marque, de la culture et de la stratégie de l'entreprise**

**S2.1.1. Caractériser les interlocuteurs, les situations de vente, les contextes**

**S2.1.2. Conduire les actions**

**S2.1.3. Evaluer les actions conduites**

**S2.1.4. Assurer le relais entre les dépositaires et l'entreprise**

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<p><b>S2.1.1.</b> <b>Caractériser les interlocuteurs, les situations de vente, les contextes</b></p> <p><b>S2.1.2.</b> <b>Conduire des actions</b></p> <p><b>S2.1.3</b> <b>Evaluer les actions conduites</b></p> <p><b>S2.1.4.</b> <b>Assurer le relais entre les dépositaires et l'entreprise</b></p>	<p>Colloques, salons, revues, concurrence...</p> <p>Outils d'information et de formation, budget...</p> <p>Contexte commercial (statistiques de vente...)</p> <p>Supports et matériels publi-promotionnels</p> <p>Budget public</p> <p>Promotionnel</p> <p>Résultats d'études de satisfaction, de concurrence</p> <p>Résultats d'étude ou de panels sur les ventes des produits et des services</p>	<p>Diagnostic rigoureux de l'environnement professionnel : prise en compte des contraintes, des besoins, des attentes des publics concernés, de la concurrence...</p> <p>Choix d'indicateurs qualitatifs et quantitatifs appropriés, réalisation de bilan opérationnel</p> <p>Outils, moyens et méthodes adaptés aux objectifs, à la situation de communication</p> <p>Respect de l'image et des valeurs de la marque</p> <p>Suivi de l'impact des actions</p> <p>Proposition de mesures correctives</p> <p>Proposition d'évolution de l'offre de produits et de services de l'entreprise au regard de l'évaluation</p> <p>Remontée d'information sur les réalités du terrain, les résultats des actions... à visée stratégique</p> <p>Respect de la marge commerciale</p>

## S2.2 Former aux techniques de soins et d'utilisation de produits, aux techniques de vente

### S2.2.1. Préparer, organiser une action de formation

### S2.2.2. Concevoir des démonstrations de techniques

### S2.2.3. Adapter l'action de formation à l'international

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<p><b>S2.2.1.</b> <b>Préparer, organiser une action de formation</b></p>	<p>Documentation professionnelle et technique propre à la marque</p> <p>Contexte professionnel</p> <p>Cadre réglementaire</p> <p>Budget alloué</p> <p>Outils de communication,</p> <p>Informations sur la zone de chalandise (clients potentiels, concurrents, études géomercatiques, et), les clients actuels (bases de données, résultats d'études de marché...)</p>	<p>Définition d'objectifs précis, mesurables prenant en compte la politique de l'entreprise</p> <p>Logique du déroulement de l'action</p> <p>Choix de méthodes, de moyens, d'outils (aménagement de l'espace, matériel...) adaptés à l'objectif...</p> <p>Proposition et/ou création de supports nécessaires au bon déroulement de l'action</p> <p>Choix et mise en œuvre de techniques d'animation-formation efficaces (écoute, interactivité, originalité...) selon le niveau d'intervention (vendeurs, formateurs, commerciaux, consommateur...), les publics concernés (us et coutumes...) et le lieu (siège de la marque, point de vente...)</p> <p>Adaptation des méthodes et des outils aux situations et cultures dans le respect de la marque</p> <p>Choix de méthodes et d'outils d'évaluation</p> <p>Décomposition logique et précise des techniques</p> <p>Pertinences des explications scientifiques, technologiques, commerciales...</p>
<p><b>S2.2.2.</b> <b>Concevoir des démonstrations de techniques</b></p>	<p>Informations sur les objectifs de l'unité commerciale (chiffre d'affaires, marges, rotation, tableaux de bord...)</p>	<p>Prise en compte des spécificités commerciales, culturelles, socio-économique...</p>
<p><b>S2.2.3.</b> <b>Adapter l'action de formation à l'international</b></p>	<p>Politique de l'enseigne : en matière d'offre, d'approvisionnement, de merchandising...</p>	<p>Maîtrise de la communication en langue étrangère</p>

### S2.3. Négocier les ventes de produits, de matériels, d'appareils

S2.3.1. Organiser le plan de prospection dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et dans l'objectif du développement du portefeuille clients

S2.3.2. Développer le suivi du secteur sur un portefeuille clients

S2.3.3. Rendre compte

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<p><b>S2.3.1.</b> <b>Organiser le plan de prospection dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et dans l'objectif du développement du portefeuille clients</b></p>	<p>Bases de données clients Documents de communication, argumentaires Informations sur les produits, tarifs, barèmes Conditions générales de vente, garanties Réglementation liée à la vente Objectifs commerciaux Instructions spécifiques, autorisations, marges de manoeuvre Plans d'actions commerciales, budgets Procédures, manuel qualité</p>	<p>Recueil et exploitation de données pertinents (profil de clients, environnement économique et social...) Choix de priorités, de méthodes et d'outils de prospection adaptés Proposition d'une démarche de négociation : argumentaires, d'outils de suivi Élaboration de plannings opérationnels, de « feuilles de route » optimales à partir du plan d'action de l'entreprise, du contexte géographique...</p>
<p><b>S2.3.2.</b> <b>Développer le suivi du secteur sur un portefeuille clients</b></p>	<p>Information sur le contexte et l'environnement professionnel (éléments concernant la concurrence, les marchés, résultats d'études, presse professionnelle, et)</p>	<p>Proposition de merchandising adapté Choix d'actions pertinentes</p>
<p><b>S2.3.3.</b> <b>Rendre compte</b></p>	<p>Documents relatifs à la mise en service, à l'assistance des utilisateurs</p>	<p>Élaboration de rapports et de bilans, suivi statistiques Analyses et prospectives</p>

**CS3 : COSMÉTOLOGIE**

<b>S3.1. Réaliser une étude technique dans le cadre de « recherche et développement » (R&amp;D)</b>
<b>S3.2. Mettre en œuvre des techniques de fabrication, de contrôle</b>
<b>S3.3. Objectiver l'efficacité d'un produit, d'une technique</b>
<b>S3.4. Réaliser une analyse sensorielle</b>

<p><b>S3.1 Réaliser une étude technique dans le cadre de « recherche et développement (R&amp;D) »</b></p> <p><b>S3.1.1. Lire et interpréter la demande marketing : « cahier des charges » (« story-board, brief »)</b></p> <p><b>S3.1.2. Adapter tout ou partie d'un protocole expérimental (formulation, fabrication, contrôle en accord avec les <i>BPF et BPL</i>)</b></p> <p><b>S3.1.3. Proposer de nouvelles gestuelles, de nouveaux concepts dans le cadre d'études prospectives</b></p> <p><b>S3.1.4. Instruire la partie du dossier correspondant à son activité pour les dépôts et enregistrements nationaux, européens, internationaux</b></p> <p><b>S3.1.5. Proposer tout ou partie de méthodes afin d'optimiser le produit, la technique...</b></p>
---

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
-------------	----------------------	--------------------------

<p><b>S3.1.1.</b> <b>Lire et interpréter la demande marketing : «cahier des charges » (« story-board, brief »)</b> (« <i>story-board, brief</i> »)</p> <p><b>S3.1.2.</b> <b>Créer ou adapter tout ou partie d'un protocole expérimental (formulation, fabrication, contrôle en accord avec les <i>BPF et BPL</i>)</b></p> <p><b>S3.1.3.</b> <b>Proposer de nouveaux concepts, de nouvelles gestuelles dans le cadre d'études prospectives</b></p> <p><b>S3.1.4.</b> <b>Instruire la partie du dossier correspondant à son activité</b></p>	<p>Contexte professionnel ; Contexte de l'activité ; Données scientifiques, technologiques, concurrentielles, législatives, réglementaires, normatives de l'étude.</p>	<p>Pertinence de la prise en compte du contexte (marché, gamme), des caractéristiques des produits et de la marque, du plan d'action... Identification et prise en compte des forces et opportunités, des faiblesses et menaces pour atteindre l'objectif Choix adaptés de matières premières, proposition de formules... en adéquation avec le <i>board</i> et le <i>brief</i> et compatible avec le <i>packaging</i> Adéquation produit / packaging ; <i>sourcing</i> Choix matières et fournisseurs (dont sous-traitants) : cahier des charges ; audit ; validation... Propositions (matériels et méthodes) prenant en compte la faisabilité, les objectifs, les pratiques professionnelles, les ressources humaines Pertinence de l'adaptation du protocole.</p> <p>Propositions pertinentes Argumentaire à caractère scientifique, technologique, esthétique... en adéquation avec l'activité, le problème</p> <p>Réalisation conforme aux réglementations en vigueur Rédaction conforme des dossiers</p>
--	--	--



<p>pour les dépôts et enregistrements nationaux, européens, internationaux.</p> <p><b>S3.1.5.</b> Proposer tout ou partie de méthodes afin d'optimiser le produit, la technique...</p>		<p>Suivi des dossiers Apport de compléments ou de corrections</p> <p>Proposition(s) adaptée(s) Démonstration de l'avantage obtenu</p>
--	--	---

<p><b>S3.2. Mettre en œuvre des techniques de fabrication, de contrôle ; collaborer à la transposition industrielle et à la démarche qualité</b></p> <p><b>S3.2.1. Réaliser une formulation</b></p> <p><b>S3.2.2. Réaliser un contrôle des caractères physico-chimiques de la matière première, du produit</b></p> <p><b>S3.2.3. Assurer la transposition industrielle (<i>scale up</i>)</b></p> <p><b>S3.2.4. Développer la démarche qualité</b></p> <p><b>S3.2.5. Communiquer avec les laboratoires de formulation, de production</b></p>
---

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
-------------	----------------------	--------------------------

<p><b>S3.2.1.</b> <b>Réaliser une formulation</b></p> <p><b>S3.2.2.</b> <b>Réaliser un contrôle des caractères physico-chimiques</b></p> <p><b>S3.2.4</b> <b>Assurer la transposition industrielle (<i>scale up</i>)</b></p> <p><b>S3.2.5</b> <b>Développer la démarche qualité</b></p> <p><b>S3.2.6</b> <b>Communiquer avec les laboratoires de formulation, de production</b></p>	<p>Moyens et ressources selon la réglementation en vigueur et la politique QHS de l'entreprise</p> <p>Protocoles opératoires Fiches techniques ingrédients Fiches de données de sécurité des ingrédients Modes d'emploi des matériels Contexte scientifique, technologique, professionnel... (standard, protocole, équipement...).</p>	<p>Organisation rationnelle (espace, temps...) Préparation d'échantillons destinés aux contrôles Respect des protocoles opératoires, des Bonnes Pratiques de Fabrication (<i>BPF</i>) ou autres références, des documents de la Qualité... Maîtrise de l'utilisation des appareils (étalonnage, réglage, mesures) Interprétation des résultats obtenus, rédaction des spécificités du produit (DLU, DLC, PAO...) Validation du protocole de fabrication ou de contrôle mis en œuvre Proposition d'éventuelles mesures correctives ; Validation des corrections Formulation conforme à la validation <i>marketing</i> Identification et analyse des points critiques Prise en compte des contraintes Rédaction de procédures adaptées Respect des procédures Production conforme, validée Respect des procédures Qualité Propositions argumentées d'évolution des procédures Respect de la procédure de traçabilité (cosmétovigilance, rappels...) <i>Process</i> de fabrication opérationnel Production du « standard » et actualisation de la banque de standards</p>
---	--	--

<p><b>S3.3 Objectiver l'efficacité d'un produit (biométrie cutanée)</b></p>
---

**S3.3.1. Appliquer le protocole adapté**  
**S3.3.2. Exprimer et interpréter les résultats**  
**S3.3.3. Transmettre les conclusions et alerter sur les risques, anomalies...**

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs de certification
<p><b>S3.3.1</b>  <b>Appliquer le protocole adapté</b></p> <p><b>S3.3.2</b>  <b>Exprimer et interpréter les résultats</b></p> <p><b>S3.3.3.</b>  <b>Transmettre les conclusions et alerter sur les risques, anomalies...</b></p>	<p>Protocole</p> <p>Types cellulaires ou organotypiques</p> <p>Panel</p> <p>Méthodes</p> <p>Instruments / Modes d'emploi des matériels</p> <p>Logiciel de traitement statistique</p> <p>Matériel informatique / logiciel de traitement statistique</p> <p>Recueil d'effets</p>	<p>Choix d'un protocole</p> <p>Observation du respect du protocole défini</p> <p>Mesures biochimiques</p> <p>Mesures métaboliques</p> <p>Mesures instrumentales, organoleptiques</p> <p>Administration d'un questionnaire</p> <p>Dépouillement des résultats</p> <p>Réalisation de représentations graphiques mathématiques</p> <p>Rédaction d'un rapport</p> <p>Détermination de l'acceptabilité</p> <p>Identification des effets secondaires</p> <p>Prise en compte des facteurs intercurrents</p>

**S.3.4. Réaliser une analyse sensorielle**

**S3.4.1. Définir un protocole de test en fonction du ou des *claims***

**S3.4.2. Mettre en œuvre un protocole de test**

**S3.4.3. Constituer les différents types de panels**

**S3.4.4. Assurer l'éducation et l'accompagnement du panel expert**

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
<p><b>S3.4.1.</b>  <b>Définir un protocole de test en fonction du ou des <i>claims</i></b></p> <p><b>S3.4.2.</b>  <b>Mettre en œuvre un protocole de test</b></p> <p><b>S3.4.3.</b>  <b>Constituer les différents types de panels</b></p> <p><b>S3.4.4.</b></p>	<p>Contexte professionnel, contexte de l'activité</p> <p>Panels, logiciels de traitement statistique (FIZZ...)</p> <p>Données scientifiques, technologiques, législatives et réglementaires...</p>	<p>Identification des propriétés du produit</p> <p>Choix des modalités d'élaboration du test (public, durée...)</p> <p>Adéquation propriétés / test</p> <p>Définition des caractéristiques du panel (phototype, âge...)</p> <p>Maîtrise des techniques d'analyses organoleptiques, physico-chimiques... (techniques comparatives...)</p> <p>Élaboration, adaptation et justification de documents, d'outils</p> <p>Recueil, traitement et analyse des résultats</p> <p>Propositions d'évolutions</p> <p>Sélection et validation du panel (candide, expert).</p> <p>Définition des critères inclusion / exclusion</p> <p>Prévision des sorties d'étude</p> <p>Choix de moyens et de méthodes</p>

<b>Assurer l'accompagnement du panel expert</b>		<p>adaptées aux objectifs (acquisition de vocabulaire spécifique...)</p> <p>Rédaction et/ou explication du protocole d'application, du questionnaire d'évaluation</p> <p>Tests d'évaluation de la fiabilité du panel</p> <p>Retour sur expérience : évaluation de la pertinence de la communication</p>
---	--	---

## **SAVOIRS ASSOCIÉS**

## Groupe de compétences communes

<b>CC1 PRESTATIONS ET SERVICES</b>	Conception et mise en œuvre de techniques esthétiques
	Environnement esthétique
	Physique appliquée
	Chimie appliquée
	Le produit cosmétique
	Biologie appliquée
<b>CC2 COMMUNICATION PROFESSIONNELLE</b>	Méthodes et moyens de communication
	Promotion et communication commerciale
	LVE.A
	LVE.B
<b>CC3 ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL</b>	Culture économique, juridique et managériale
	Environnement de travail : un outil stratégique

## Options

<b>CS1 MANAGEMENT</b>	Management des équipes
	Management de l'entité commerciale
	Cadre scientifique et technologique
	Mise en valeur de l'offre de produits et de services et communication publicitaire
<b>CS2 FORMATION - MARQUES</b>	Techniques de formation et d'animation
	Techniques de négociation- relation client
	Gestion commerciale
	Technologies commerciales
	Évolution de l'environnement professionnel
	Image et mise en scène de la marque
<b>CS3 COSMÉTOLOGIE</b>	Documentation - Réglementation - Expertise - Cosmétovigilance
	Sécurité, innocuité du produit cosmétique
	Efficacité des produits cosmétiques
	Conception - Élaboration – Production
	Techniques cosmétiques
	Fondements physico-chimiques de la cosmétologie

## Groupe de compétences communes

### GCC1. PRESTATIONS et SERVICES

**C1.1. Concevoir et mettre en œuvre des prestations (soins et techniques) performantes et innovantes dans le domaine de l'esthétique et de la parfumerie.**

**C1.2. Adapter sa pratique, son expertise en tenant compte de l'évolution des savoirs, de techniques et contextes.**

**C1.3. Concevoir des conseils experts dans un objectif de vente.**

### Conception et mise en œuvre de techniques esthétiques

Le contenu abordé devra tenir compte et évoluer en fonction de l'actualité, des découvertes et propositions technologiques, dans le respect de la compétence du professionnel de l'esthétique.

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

<b>OBSERVATION, BILAN ET CONSEILS ESTHÉTIQUES ET COSMÉTIQUES À LA CLIENTÈLE EN SITUATION DE VENTE ET/OU DE SOINS</b>	
<p><b>DIAGNOSTIC CUTANÉ</b> Moyens visuels, tactiles et utilisation d'appareils et instruments d'observation ; détermination de la typologie cutanée</p>	<p>Utiliser des instruments d'observation : loupe, appareils de diagnostic cutané (pH, taux de sébum...)</p> <p>Identifier les anomalies cutanées, les éléments morphologiques perfectibles, les caractéristiques des différentes ethnies, des caractéristiques spécifiques des hommes et des femmes</p>
<p><b>BILAN PERSONNALISÉ DU CLIENT</b> Identification des attentes, des motivations et besoins</p>	<p>Prendre en compte les contraintes de la clientèle</p>
<p>Approche psychosociologique du client (besoins explicite et implicite)</p>	<p>Établir un bilan personnalisé</p>
<p>Facteurs individuels, sociaux, culturels, économiques...</p>	<p>Déterminer le (ou les) axe(s) de soins prioritaires en fonction des besoins résultant du diagnostic, des modes d'actions des produits et soins proposés, des contraintes commerciales</p>
<p><b>CHOIX DES SOINS ET DES PRODUITS</b></p>	<p>Délivrer des conseils d'achat de produits ou de prestations</p> <p>Élaborer des ordonnances beauté</p> <p>Personnaliser, justifier et argumenter les choix réalisés</p>

<b>TECHNIQUES ESTHÉTIQUES MANUELLES, TECHNIQUES ESTHÉTIQUES UTILISANT DES APPAREILS</b>	
<p>Techniques de démaquillage et de nettoyage</p>	<p>Maîtriser les différentes techniques</p>
<p>Techniques de modelage visage et corps</p>	<p>Veiller au respect des règles d'hygiène, de sécurité et d'ergonomie</p>

Techniques d'épilation	<p>Pour chaque technique, décliner les effets physiologiques et esthétiques attendus afin d'en déduire les critères de réussite</p> <p>Analyser et comparer les modes d'application et de retrait des différents produits en fonction de leur catégorie (nettoyant, sérum, masque, crème de soin...), de leur texture, de leur forme galénique, de leur conditionnement</p> <p>Mettre en évidence la synergie entre l'utilisation d'appareils, de produits et de techniques</p>
Techniques de mise en valeur et de correction de la peau et de maquillage	
Techniques de soin des ongles, de réparation, de prothèse et de façonnage ongulaires	
Techniques de soin des mains, beauté des pieds	
Techniques de coloration et de décoloration des poils et des duvets	
Techniques de pose de faux cils, de teinture des cils	
Techniques de bronzage	

### MÉTHODES D'ÉVALUATION DES PRESTATIONS ET SERVICES

Mesure de l'efficacité des prestations	Proposer et mettre en place des méthodes d'objectivation des techniques : indicateurs visuels, toucher, mesures du pH cutané, du taux d'hydratation, de la tonicité, des mensurations...
Évaluation de la satisfaction du client : prise en charge, prestations...	<p>Identifier les critères de réussite et de résultat pour chaque évaluation</p> <p>Évaluer le ressenti</p> <p>Établir le bilan des résultats obtenus</p>
Évaluation du respect de l'esprit d'entreprise, de l'image et du concept de la marque	Dégager les points d'amélioration et les leviers de développement de la prestation, de l'entreprise

### HYGIÈNE PROFESSIONNELLE

Sources de contamination et moyen de prévention	Identifier les risques de contamination lors de la réalisation des soins esthétiques et de leurs enchaînements
Prévention et traitements des contaminations appliqués aux équipements, matériels et locaux	Proposer et mettre en œuvre des solutions : de prévention de traitement
Hygiène du personnel	Préciser l'application de ces différents niveaux de traitement en milieu professionnel
Règles d'hygiène professionnelles dans les secteurs de l'esthétique et de la cosmétologie	Justifier le choix des protocoles et des gestes professionnels

### Environnement esthétique

<b>Connaissances</b>	<b>Commentaires</b>
----------------------	---------------------

## PRODUITS, MATERIELS

<p><b>LES PRODUITS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• produits d'usage courant</li> <li>• produits spécifiques (innovants, ciblés pour différents publics...)</li> </ul> <p><b>LES APPAREILS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• à visée exfoliante, anti-âge</li> <li>• à visée amincissante, raffermissante et bronzante</li> <li>• à visée relaxante</li> <li>• à visée drainante</li> <li>• à visée colorante</li> <li>• à visée de sudation</li> </ul>	<p>Pour chaque produit, indiquer et justifier les précautions à prendre, les effets physiologiques et esthétiques attendus, les indications et contre indications, les méthodes d'utilisation (pose, temps de pose, retrait)</p> <p>Aborder les notions de conditionnement, de texture, de synergie et de tonalité dans le cadre du maquillage</p> <p>Comparer les produits des gammes professionnelles et grand public</p> <p>Choisir les matériels selon la réglementation en vigueur, les évolutions technologiques et les critères économiques</p> <p>Connaître le principe de fonctionnement</p> <p>Utiliser la démarche d'analyse fonctionnelle</p> <p>Déduire les critères de choix pour un achat et pour une utilisation, les règles d'entretien et de maintenance</p> <p>Étudier la réglementation spécifique</p>
--	--

## ARTS APPLIQUÉS AU DOMAINE DE L'ESTHÉTIQUE COSMÉTIQUE

<p><b>EXPRESSION GRAPHIQUE EN DEUX OU TROIS DIMENSIONS</b></p> <p><b>Couleurs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• principes</li> <li>• propriétés</li> <li>• classifications</li> <li>• rapports</li> <li>• fonction symbolique</li> </ul> <p><b>Matières</b></p> <p>Origine : végétale, ou issue de technologies nouvelles</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• caractéristiques (visuelles, tactiles...)</li> <li>• aspects</li> <li>• classification</li> <li>• rapports</li> </ul> <p><b>Propriétés expressives des composants</b></p> <p>Formes/volumes, couleurs, matières :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• données psychologiques</li> <li>• données symboliques</li> </ul> <p><b>Composition</b></p> <p>Type d'organisation : mise en place des éléments volumique et chromatique</p>	<p>Traduire les principes et les propriétés chromatiques</p> <p>Classer des gammes colorées</p> <p>Choisir les rapports valeurs/couleurs, quantité/qualité en référence à des données et en fonction du problème traité</p> <p>Mettre en évidence les fonctions symboliques</p> <p>Associer les matières en fonction de critères liés aux rapports :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• forme/fonction</li> <li>• quantité /qualité</li> </ul> <p>Identifier et exploiter les effets expressifs des formes, volumes, couleurs, matières qui participent à la valorisation d'un ensemble</p> <p>Exploiter les principes fondamentaux d'organisation formelle, volumique, chromatique en vue de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• application</li> </ul>
--	---



<p>Type de variation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• cadrage</li> <li>• ligne de force</li> <li>• statisme</li> <li>• dynamisme</li> <li>• rythme</li> <li>• dominante</li> <li>• rapports colorés...</li> </ul> <p><b>MODIFICATIONS D'APPARENCE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• variations dues aux phénomènes lumineux (échelonnement des valeurs)</li> <li>• variations dues aux phénomènes perspectifs (modification des contours apparents)</li> </ul> <p><b>Morphologie</b></p> <p>Conformation, caractères, déformations : visage - mains – pieds</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• intention à exprimer</li> <li>• impression à suggérer</li> <li>• effets à produire</li> </ul> <p>Identifier les relations matières / couleurs / valeurs en fonction de leur destination</p> <p>Traduire :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les principales modifications colorées ou d'aspects dus à l'éclairage</li> <li>• les variations formelles induites par l'évocation de l'espace ou du volume observé selon un angle de vue prédéterminé</li> </ul> <p>Rechercher un mode d'expression personnelle notamment pour réaliser un croquis de maquillage client</p> <p>Proposer des mises en valeur beauté : visages et/ou corps</p>
--	---

<b>VEILLE COSMÉTIQUE ET ESTHÉTIQUE : SOINS INNOVANTS, NOUVEAUX PROGRAMMES DE SOINS ET CURES PERSONNALISÉES</b>	
<p><b>Techniques et produits innovants</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• en lien avec les progrès technologiques (produits, appareils)</li> <li>• en lien avec les nouveaux comportements des consommateurs : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ consommateur–acteur de sa beauté, de son bien-être</li> <li>○ engouement pour le « naturel »...</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Programmes de soins esthétiques, cures</b></p>	<p>Exploiter une veille technologique</p> <p>Proposer de nouveaux protocoles</p> <p>S'intéresser aux techniques d'actualité des marques cosmétiques</p> <p>Ouverture sur l'actualité, le monde...</p> <p>S'inspirer des nouvelles tendances, des différents rituels de beauté</p> <p>Analyser les usages professionnels, les techniques conventionnelles et originales</p> <p>Proposer des protocoles d'utilisation de produits à partir d'un contexte donné (contraintes clients, caractéristiques produits...)</p> <p>Proposer et réaliser des prestations personnalisées et adaptées selon les caractéristiques (sexe, ethnie, âge, contre-indications...) et les attentes du client, le contexte, l'actualité, les contraintes économiques</p> <p>Analyser les programmes, les cures selon des contextes particuliers</p>

**Physique appliquée**

Connaissances	Commentaires
<b>THERMODYNAMIQUE</b>	
<p><b>Premier principe</b> Transferts d'énergie sous forme de chaleur Capacités thermiques (massiques ou molaires) à pression constante</p> <p><b>Corps pur</b> Définition, propriétés Diagramme de changement de phase <math>P=f(t)</math></p> <p><b>Mélanges binaires</b> Définition Équilibre liquide-vapeur pour une seule phase liquide homogène :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>loi de Raoult</li> <li>diagramme binaire isobare de deux liquides miscibles avec ou sans azéotrope</li> </ul> <p>Équilibre liquide-vapeur pour deux phases liquides non miscibles</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>diagramme binaire isobare</li> <li>principe de l'entraînement à la vapeur</li> </ul>	<p>Traiter les notions qualitativement Indiquer que la conduction est un cas particulier de la convection Appliquer à l'étude du confort des locaux professionnels Utiliser la relation <math>Q_p = m.c_p . \Delta\theta</math> pour les exercices de calorimétrie (appareil à cire) Se limiter au cas d'une seule variété allotropique à l'état solide Exiger l'interprétation du diagramme de changement de phase de l'eau</p> <p>Présenter la loi de Raoult comme un résultat expérimental Exiger la connaissance de l'expression <math>p_i = X_i p_{si}</math></p> <p>Donner les applications à la distillation. Évoquer l'influence de la pression. Étudier en particulier le mélange eau-éthanol et les aérosols à gaz liquéfiés</p> <p>Ne pas exiger le principe. Présenter les applications à l'obtention des huiles essentielles et les avantages par rapport à la distillation</p>
<b>MÉCANIQUE des FLUIDES</b>	
<p><b>Pression</b> Définition, unités Principe fondamental de l'hydrostatique Mesure de pression</p> <p><b>Pression osmotique</b> Description du phénomène Formule</p> <p><b>Tension interfaciale</b> Définition : tensions superficielles ; coefficient de tension superficielle Mouillabilité d'un solide par un fluide Méthode de mesure : stalagmométrie, application de la loi de Tate</p> <p><b>Viscosité</b> Notion de viscosité</p>	<p>Connaître et utiliser la formule <math>P = \rho.g.h</math> Appliquer au principe des baromètres et manomètres à liquide</p> <p>Évoquer les applications en biologie Citer la pression oncotique</p> <p>Distinguer capillarité et mouillabilité</p> <p>Présenter des applications simples en cosmétologie</p>

## ÉLECTRICITÉ

**La sécurité sera le fil rouge du chapitre**

<p><b>Régime continu</b> Caractéristiques Principales lois de l'électrocinétique : intensité et tension en série et en dérivation, loi d'Ohm, loi de Joule Courant dans les solutions ioniques : électrolyse Conductivité</p> <p><b>Régimes variables</b> Régime sinusoïdal :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• production d'une tension sinusoïdale ;</li> <li>• grandeurs caractéristiques (fréquence, période, amplitude, valeur efficace).</li> </ul> <p>Impédance, phase <math>\varphi</math> de <math>u(t)</math> par rapport à <math>i(t)</math>, Puissance moyenne, facteur de puissance, puissance apparente</p> <p>Régime périodique non sinusoïdal : exemple du signal rectangulaire, grandeurs caractéristiques</p> <p><b>Redressement</b> Caractéristique d'une diode Redressement simple alternance Redressement double alternance Stabilisation</p> <p><b>Distribution de l'énergie électrique</b> Principe du transformateur</p> <p>Transport en haute tension Étude générale d'une installation monophasée</p> <p>Dispositif de sécurité : fusible, disjoncteur différentiel</p>	<p>Expliquer le principe du court circuit Exiger la loi d'Ohm pour un générateur et un récepteur Définir la conductivité molaire. Assimiler la conductivité d'une solution diluée à sa conductivité molaire Se limiter aux notions utiles en esthétique et en cosmétologie (sens d'une émulsion, électrophorèse, ionophorèse...) Réaliser des observations à l'oscilloscope Se limiter au montage expérimental d'obtention d'une tension sinusoïdale conduisant à des notions qualitatives pour le principe de l'alternateur Présenter différents domaines de fréquence Étudier la tension moyenne et la tension efficace Se limiter très sommairement à assurer le lien avec les appareils utilisés dans le milieu professionnel Définir l'impédance par la relation <math>Z = U/I</math> Caractériser les circuits résistifs, inductifs, capacitifs</p> <p>Réaliser des observations à l'oscilloscope</p> <p>Se limiter au cas où la tension de seuil est considérée comme nulle</p> <p>Caractériser le primaire et le secondaire d'un transformateur Définir le rapport de transformation : <math display="block">N1/N2 = U1/U2</math> Connaître l'intérêt du transport en haute tension Connaître le schéma du montage avec mise à la terre du neutre Présenter le tableau d'une installation électrique et les dispositifs de sécurité Connaître les principales défauts et leurs conséquences</p>
--	---

## RAYONNEMENT

<p><b>Rayonnements électromagnétiques</b> Grandeurs caractéristiques : fréquence, période, célérité, longueur d'onde, énergie du photon</p>	<p>Exiger les définitions et les relations entre les différentes grandeurs Limiter l'étude aux principales propriétés et</p>
---	--

<p>Différents domaines : ondes radio ou hertziennes, infrarouge, visible, ultraviolet, rayons X, rayons <math>\gamma</math></p> <p>Absorption Spectre d'absorption</p> <p>Loi de Beer-Lambert</p> <p><b>Photométrie</b> Sources de lumière</p> <p>Grandeurs photométriques visuelles : définitions et unité de flux, de l'intensité, de l'éclairement</p> <p>Efficacité lumineuse</p> <p>Colorimétrie : couleurs fondamentales et complémentaires, notion de couleur blanche</p> <p>Couleur des objets</p> <p>Synthèse additive, synthèse soustractive</p> <p><b>Le LASER</b> Étude qualitative de la lumière produite par un LASER</p>	<p>applications des rayonnements infrarouge, visible et ultraviolet</p> <p>Signaler l'utilisation des ondes centimétriques pour le chauffage (micro-ondes)</p> <p>Citer des applications concrètes, en lien avec les utilisations professionnelles</p> <p>Analyser les spectres d'absorption de produits cosmétiques photoprotecteurs</p> <p>Préciser les relations entre structure et domaine d'absorption</p> <p>Exiger l'expression de la loi et les conditions de validité</p> <p>Étudier son utilisation pour des dosages</p> <p>Étudier une source à spectre continu et une source à spectre discontinu</p> <p>Insister sur l'importance de la composition spectrale de la lumière émise par la source</p> <p>Savoir analyser la courbe d'énergie spectrale <math>P = f(\lambda)</math> d'une source lumineuse</p> <p>Commenter succinctement la courbe de sensibilité spectrale de l'œil</p> <p>Analyser le fonctionnement et les caractéristiques des différents types de sources lumineuses</p> <p>Présenter le colorimètre de surface</p> <p>Interpréter la couleur observée à partir de celle de la lumière incidente et des phénomènes d'absorption, de diffusion, de transmission</p> <p>Donner l'acronyme</p> <p>Préciser les caractéristiques du rayonnement</p> <p>Insister sur les conditions d'utilisation et la sécurité</p>
---	---

<b>ONDES SONORES ET ULTRA-SONORES</b>	
<p>Nature, propriétés, propagation</p> <p>Correction acoustique, isolation acoustique</p>	<p>Se limiter aux notions utiles en esthétique et en cosmétologie</p>

## Chimie appliquée

### Connaissances

### Commentaires

#### STRUCTURES ET TRANSFORMATIONS EN SOLUTION AQUEUSE

##### L'eau et les solutions aqueuses

Propriétés physico-chimiques de l'eau pure  
Dissolution : soluté, solvant, solution saturée  
Concentration molaire et concentration massique  
Dilution  
Eaux naturelles : principaux ions dissous ; dureté de l'eau : titre hydrotimétrique ; inconvénients des eaux dures ; traitements

##### Réactions acido basiques

Définition d'un couple acide base ; exemples  
Le pH : définition, mesure  
Équation de réaction d'un acide ou d'une base avec l'eau et entre un acide et une base  
Contrôle du pH : solution tampon

Dosages

##### Réactions d'oxydoréduction

Définition d'un couple oxydoréducteur  
Équation de réaction d'oxydoréduction  
Dosages  
Électrolyses

Connaître les propriétés de l'eau comme solvant et la liaison hydrogène

Citer des applications dans le domaine professionnel

Choisir les applications dans le domaine professionnel

Connaître le diagramme de prédominance d'un acide ou d'une base faible

Insister sur la notion d'équilibre chimique ; traiter qualitativement des facteurs de son déplacement

Choisir les applications dans le domaine professionnel (thiols, iode, peroxyde d'hydrogène, sucres...)

#### STRUCTURES ET TRANSFORMATIONS EN CHIMIE ORGANIQUE

##### Représentation spatiale des molécules

Le carbone  
Liaison covalente ; représentation de Lewis ; caractère ionique  
La chaîne carbonée : nomenclature ; représentation de Cram ; géométrie ; formule brute, semi-développée, topologique  
Saturation, insaturation ; isomérisation de chaîne, de position, de constitution  
Conformation ; conformation la plus stable  
Chiralité, énantiomérisation, mélange racémique, diastéréoisomérisation (Z/E, carbones asymétriques)

##### Quelques hydrocarbures - réactivité

Alcane

Alcène :

Réactions d'addition : hydrogénation, hydratation,

Utiliser la règle de l'octet ; définir les liaisons  $\sigma$  et  $\pi$   
Se limiter à une étude qualitative de la polarité  
Connaître la méthode VSEPR

Insister sur la libre rotation autour de la liaison carbone-carbone

Se limiter aux situations à deux carbones asymétriques

La nomenclature R et S n'est pas exigée

Se limiter aux substitutions radicalaires. Faire le lien avec la photoprotection en cosmétologie

Relier état physique et degré d'insaturation

Calculer l'indice d'iode

halogénéation	Connaître l'action du dioxygène sur l'éthène et le propène en présence de catalyseur conduisant à l'oxirane et au méthyl-oxirane, produits de base de la synthèse en chimie
Oxydations : oxydations douces catalytiques, oxydations sans catalyseur	Connaître l'action du dioxygène sur les corps gras insaturés, aboutissant au rancissement
Hydrocarbures aromatiques :	Choisir les exemples dans la cosmétologie
Benzène : structure, stabilité, toxicité	Connaître la nomenclature ortho, méta, para
Composés aromatiques	Insister sur l'influence des substituants en tant que groupements auxochromes dans les produits colorés
Terpènes : unité isoprénique ; exemples de composés, origine	Connaître leur importance dans le monde vivant et leur rôle dans la parfumerie
<b>Transformations en chimie organique</b>	Choisir les exemples en cosmétologie,
Modification de chaîne, modification de groupe caractéristique	Reconnaître les groupes caractéristiques dans les alcool, aldéhyde, cétone, acide carboxylique, ester, amine, amide, thiol, chlorure d'acyle et anhydride d'acide, acides $\alpha$ -alcool, $\beta$ -alcool
	Nommer quelques molécules simples
	Utiliser le nom systématique d'une espèce chimique organique pour en déterminer les groupes caractéristiques et la chaîne carbonée ; se limiter aux composés bi-fonctionnels
Grandes catégories de réactions en chimie organique : substitution, addition, élimination	Déterminer la catégorie d'une réaction (substitution, addition, élimination) à partir de l'examen de la nature des réactifs et des produits.
Oxydoréduction appliquée aux alcools, aux aldéhydes et cétones, aux thiols	Citer les principaux alcools utilisés en cosmétologie, connaître l'existence des 3 classes d'alcool
	Connaître les réactions d'oxydation des alcools et les réactions d'oxydoréduction des aldéhydes et des cétones (mentionner les tests d'identification des aldéhydes)
Acides carboxyliques et dérivés	Connaître les propriétés réductrices des thiols
Estérification, hydrolyse, saponification : caractéristiques des réactions, utilisation des dérivés d'acide	Connaître la nomenclature usuelle pour les principaux acides utilisés en cosmétologie
	Connaître l'influence de la classe de l'alcool
	Connaître les facteurs de déplacements dans les cas de l'équilibre chimique
	Mentionner la réaction entre l'acide sulfurique et l'alcool conduisant en milieu basique à un tensioactif : alkylsulfate
	Savoir expliquer l'estérification du produit obtenu par déshydratation du sorbitol (sorbitanne) par un acide gras, précédée ou non d'éthoxylation
Liaison hydrogène	Connaître les propriétés caractéristiques des polyols et leur, solubilité dans l'eau
	Connaître l'influence de la liaison hydrogène dans les amides
Nucléophilie	Appliquer la notion de nucléophilie pour interpréter le mécanisme de l'estérification
	Connaître les propriétés nucléophiles des amines,

**Savons et détergents**

Lipophilie et hydrophilie

Tensioactifs : classification, rôles et propriétés

Savons : fabrication par saponification des corps gras ; additifs et différents types de savons

citer la liaison peptidique

Citer les composés permettant d'identifier les composés carbonylés

Citer des exemples en cosmétologie

## Le produit cosmétique

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

### LÉGISLATION – RÉGLEMENTATION

<p><b>Le produit cosmétique</b></p> <p>Définition Fabrication Mise sur le marché Contrôle Commercialisation (droits, acteurs)</p> <p>Déclaration des établissements</p> <p>Composition des produits cosmétiques Étiquetage des produits cosmétiques Information du public</p> <p>Les différentes instances réglementaires en vigueur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• signification des acronymes ;</li> <li>• fonctions.</li> </ul> <p>Les évolutions :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produits « bio », naturels, organismes certificateurs ;</li> <li>• Cosmétique orale et autres formes galéniques</li> </ul>	<p>Évoquer les produits frontières</p> <p>Indiquer les niveaux de responsabilité Indiquer les niveaux de compétence requis Insister sur les listes positives, négatives et à déclaration obligatoire (allergènes...)</p> <p>Montrer les limites des messages adressés aux consommateurs</p> <p>Commenter les mentions obligatoires Analyser la conformité des messages d'information, étudier les pictogrammes (bio, ecocert...)</p> <p>Aborder la Nomenclature INCI Évoquer la relation étiquetage / conditionnement</p> <p>Présenter le produit cosmétique au sein du système de santé Montrer le rôle de surveillance mis en place Sensibiliser aux exigences de la cosmétovigilance.</p> <p>Présenter succinctement ces évolutions en lien avec la biologie Comparer les différents référentiels des organismes certificateurs</p> <p>Se limiter à la France et à l'Europe Évoquer la prise de conscience des utilisateurs Positionner la cosmétique orale sur le plan de la réglementation et des formes galéniques Présenter l'émergence des cosmétotextiles, des patches...</p>
--	--

### FORMULATION ET FABRICATION À L'ÉCHELLE DU LABORATOIRE

<p>Formes commerciales</p> <p>Formes physiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• liquides, solides, gaz</li> <li>• homogènes, hétérogènes</li> </ul> <p>Excipients - véhicules (sources, propriétés, rôles)</p> <p>Tensioactifs</p>	<p>Présenter les formes traditionnelles et les nouvelles formes</p> <p>Mettre en adéquation la forme et la fonction</p> <p>Évoquer la sécurité du conditionnement sur le plan physique, microbiologique et de l'utilisation</p> <p>Illustrer par des formules de produits finis couvrant la diversité des produits cosmétiques Étudier les conséquences du sens d'une émulsion</p>
--	--



<p>Actifs</p> <p>Méthodes d'extraction, d'obtention, mise en œuvre en formulation</p> <p>Additifs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• colorants</li> <li>• conservateurs</li> </ul> <p>Formules cosmétologiques</p> <p>Parfums et arômes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• méthodes d'extraction,</li> <li>• composition,</li> <li>• familles et notes,</li> <li>• conditionnement,</li> <li>• stabilité.</li> </ul>	<p>Réaliser la fabrication d'une émulsion et d'autres produits traduisant la diversité des formes cosmétiques</p> <p>Montrer la synergie de l'ensemble de la formulation</p> <p>Présenter les règles d'écriture</p> <p>Étudier les méthodes d'extraction classiques et innovantes</p> <p>Mettre en relation les différentes méthodes d'extraction avec la nature de la matière première</p>
--	---

<b>INTERACTIONS COSMÉTIQUES - PEAU ET PHANÈRES</b>	
<p>Pénétration cutanée (cosmétocinétique)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• voies de pénétration</li> <li>• facteurs influençant la pénétration</li> <li>• différentes phases</li> <li>• différents paramètres</li> </ul> <p>Tests de validation d'efficacité.</p> <p>Différents types d'étude :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• tests consommateurs</li> <li>• tests d'usage</li> <li>• tests avec expérimentateur</li> </ul>	<p>Se limiter à l'étude de la loi de Fick</p> <p>Aborder la vectorisation des actifs</p> <p>Mettre en relation tests et allégations</p> <p>Citer les différentes étapes de la mise en place de tests biométriques : de la constitution du panel à l'exploitation des résultats et la rédaction des rapports</p> <p>Décrire succinctement les techniques courantes d'objectivation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• principes</li> <li>• applications</li> </ul> <p>Analyser des tests sur supports textuels et/ou visuels</p> <p>Réaliser un D-Squam® ou équivalent</p> <p>Réaliser une mesure d'hydratation</p> <p>Réaliser une mesure du taux de sébum</p> <p>Discuter la notion d'allégation</p>

<b>CONTRÔLE DU PRODUIT COSMÉTIQUE</b>	
<p>Contrôles :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• organoleptiques ;</li> <li>• physio-chimiques ;</li> </ul>	<p>Mentionner les contrôles obligatoires dans un contexte réglementaire</p> <p>Pour chaque type de contrôle, présenter succinctement les paramètres pris en compte</p>

- microbiologiques.

### SÉCURITÉ DU PRODUIT COSMÉTIQUE

<p>Hygiène et protection du produit</p> <p>Interactions produit - conditionnement - environnement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les matériaux</li> <li>• les formes</li> </ul>	<p>Expliquer les challenge tests</p> <p>Décrire les modes de contamination chimique et biologique des produits</p> <p>Distinguer la contamination industrielle de celle effectuée lors de l'utilisation (Cf. DLUO, PAO...)</p> <p>Expliquer les principaux essais</p> <p>Mettre en relation avec les BPF et les contrôles qualité</p> <p>Présenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la démarche HACCP</li> <li>• les normalisations ISO</li> </ul>
---	--

### ÉVALUATION SENSORIELLE (INGRÉDIENTS ET PRODUITS FINIS)

<p>Caractères organoleptiques</p> <p>Tests discriminatifs</p>	<p>Se limiter à l'étude de quelques exemples</p> <p>Analyser la forme et le matériau en adéquation avec le produit et son utilisation</p> <p>Mettre en relation les caractères organoleptiques d'un produit en regard de ses caractéristiques physico-chimiques</p> <p>Insister sur l'importance de l'approche sensorielle pour une meilleure connaissance du produit</p> <p>Présenter les différents types de tests</p> <p>Réaliser et analyser des tests discriminatifs tout en se limitant à des notions ou critères simples ne nécessitant pas un équipement professionnel</p>
---	--

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

**BIOLOGIE CUTANÉE**

<p><b>L'épiderme, le derme, l'hypoderme</b>                  Organisation histologique                  Composition, structure</p> <p>Physiologie : kératogénèse, mélanogénèse et autres fonctions métaboliques, immunologiques</p>	<p>Présenter l'organisation histologique de l'épiderme, du derme et de l'hypoderme</p> <p>Décrire la vascularisation cutanée. Indiquer les rôles de la vascularisation sanguine et lymphatique</p> <p>Présenter, localiser les différents récepteurs cutanés.</p> <p>Différencier les différents types de tissus</p> <p>Caractériser la structure et l'ultrastructure des cellules qui compose ces tissus</p> <p>Décrire le processus de kératinisation. Préciser l'organisation moléculaire de la structure constituée (kératine épidermique, matrice interfibrillaire, substance intercellulaire)</p> <p>Indiquer les facteurs modifiant la cinétique épidermique</p> <p>Décrire la mélanogénèse en précisant les mécanismes cellulaires et biochimiques du processus</p> <p>Indiquer le rôle immunitaire des cellules de Langerhans</p> <p>Indiquer la composition de la matrice extra cellulaire</p> <p>Décrire l'organisation de l'hypoderme</p> <p>Présenter l'ultrastructure de l'adipocyte</p> <p>Décrire la lipolyse et la lipogénèse dans l'adipocyte en précisant les influences hormonales</p>
---	--

<p><b>Les annexes cutanées</b>                  Follicule pilo-sébacé                  Poils et cheveux</p> <p>Glande sébacée</p> <p>Glandes sudoripares eccrines et apocrines</p>	<p>Présenter les caractéristiques structurales et histologiques du follicule pilo-sébacé</p> <p>Décrire le cycle pileux et indiquer les facteurs influençant la croissance des poils et des cheveux. Expliquer le rôle des androgènes</p> <p>Indiquer la composition chimique du poil. Rappeler la structure de la kératine pileux</p> <p>Expliquer le mécanisme de pigmentation du poil</p> <p>Décrire le mécanisme cellulaire de la sécrétion sébacée et sa régulation hormonale</p> <p>Indiquer la composition et le rôle du sébum, les facteurs influençant sa production</p> <p>Réaliser une étude comparative des glandes sudoripares : localisation, histologie, composition de la sécrétion, physiologie</p> <p>Expliquer le mécanisme de formation de la sueur</p> <p>Différencier sudation thermique et psychique</p> <p>Montrer le mécanisme régulateur de la sudation</p>
--	---

Ongle	thermique Préciser la structure et la physiologie de l'ongle, en indiquant l'influence des facteurs de croissance Mettre en évidence la spécificité de la kératine unguéale
Film cutané de surface	Présenter la composition du film cutané Préciser l'origine des constituants et leur influence sur l'évolution de la composition du film Présenter la flore cutanée (flore résidente : les microorganismes et leur distribution sur la peau, les facteurs contrôlant la colonisation) Appréhender la notion d'écologie microbienne Aborder la notion de pouvoir pathogène et de porteur asymptomatique

<b>Physiologie cutanée et fonctions de la peau</b>	
Fonction sensorielle	Pour chacune des fonctions, préciser les rôles respectifs des tissus et cellules impliqués Expliquer le mécanisme de la perception cutanée : de la réception à la perception des messages sensoriels Indiquer le rôle de l'innervation neurovégétative
Fonction de protection (défense de l'organisme, hélioprotection...)	Élargir le rôle protecteur de la peau en l'intégrant à la défense de l'organisme Prendre en compte l'écologie microbienne de la peau Présenter le rôle de la peau, du film hydrolipidique de surface, des muqueuses comme moyens de défense de l'organisme contre les agressions microbiennes
Fonction d'échange	Traiter la fonction d'échange en lien avec le produit cosmétique (Cf. supra)
Fonctions métaboliques	
Fonction de thermorégulation	Décrire la thermogenèse avec frisson. Mettre en relation avec la vascularisation et l'activité musculaire

<b>Modifications cutanées</b>	
Effets du soleil et des rayons ultraviolets	Expliquer l'influence des hormones sur les caractéristiques visibles et les modifications histologiques. Mettre en relation les taux de sécrétion avec les modifications de la peau et de ses annexes Indiquer la pénétration des rayons dans la peau Décrire les effets immédiats, retardés et à long terme Expliquer les manifestations cutanées
Renouvellement et vieillissement cutanés	Décrire le renouvellement cellulaire. Définir la nécrose et l'apoptose Caractériser les modifications visibles et histophysiologiques du vieillissement cutané (lié à l'âge, photo-induit...) Indiquer les facteurs favorisant le vieillissement de la peau

Variations des caractéristiques cutanées	<p>Aborder notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les zones du corps</li> <li>• les types de peau</li> <li>• l'ethnie</li> <li>• le sexe</li> </ul>
--	---

<p><b>Pathologies de la peau et des phanères</b></p> <p>Lésions élémentaires de la peau</p> <p>Anomalies et affections de nature fonctionnelle</p> <p>Anomalies et affections d'origine infectieuse</p> <p>Allergies cutanées</p> <p>Cicatrices et vergetures</p> <p>Tumeurs malignes</p>	<p>Indiquer les signes cutanés caractéristiques des différents types de lésions élémentaires, préciser les principaux modèles de dermatoses concernées</p> <p>Indiquer les signes cutanés caractéristiques, la nature du dysfonctionnement, les facteurs de survenue des anomalies de la kératogénèse, de la pigmentation, des anomalies vasculaires, de l'acné, des affections des poils et des cheveux, des ongles</p> <p>Indiquer les signes caractéristiques des principales affections d'origine bactérienne, virale, mycosique</p> <p>Présenter les réactions d'hypersensibilité</p> <p>Décrire les signes caractéristiques et les principales causes de l'eczéma de contact et de l'urticaire</p> <p>Présenter le phénomène de cicatrisation</p> <p>Décrire les vergetures : localisation, causes</p> <p>Présenter le phénomène d'oncogenèse</p> <p>Distinguer les épithéliomas et les mélanomes : préciser la nature des cellules prolifératives, les signes cutanés caractéristiques, les principales localisations, l'évolution</p> <p>Mettre en évidence le rôle du soleil dans l'apparition des cancers, indiquer les populations à risque</p> <p>Faire le lien avec la prévention des cancers cutanés</p>
---	--

<p><b>Muscles peauciers et muscles superficiels</b></p> <p>Définitions</p> <p>Localisation</p> <p>Contraction musculaire</p> <p>Toxine botulique</p>	<p>Situer les os du squelette et les muscles superficiels du corps</p> <p>Mettre en lien le mécanisme de la contraction musculaire et la thermogenèse</p> <p>Présenter la toxine botulique. Mettre en lien son mode d'action et son utilisation dans certains produits cosmétiques (en fonction de la législation en vigueur)</p>
--	---

<p><b>Hygiène alimentaire et qualité de la peau</b></p> <p>Besoins et apports</p> <p>Micronutriments</p> <p>Compléments alimentaires</p>	<p>Présenter les besoins et apports recommandés en eau, en énergie</p> <p>Indiquer les apports recommandés en micronutriments</p> <p>Présenter leur intérêt au niveau de la peau</p> <p>Indiquer la composition et les effets recherchés des compléments alimentaires</p>
--	---

## CC2 - COMMUNICATION PROFESSIONNELLE

**C2.1. Rechercher, collecter et exploiter des ressources relatives à la profession en vue d'une communication stratégique**

**C2.2. Établir une relation professionnelle auprès des différents interlocuteurs (clients, professionnels, partenaires)**

### Méthodes et moyens de communication

Connaissances	Commentaires
<b>INTRODUCTION À LA COMMUNICATION</b>	
<p><b>Les théories de la communication</b> Les concepts et leur évolution</p> <p>Les situations de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• enjeux</li> <li>• formes de la communication</li> <li>• modes de communication</li> </ul>	<p>Distinguer les différents champs de la communication</p> <p>Discerner les caractéristiques de la situation de communication afin d'adopter un mode et un registre de communication adaptés</p> <p>Repérer la diversité des formes et des supports de la communication commerciale et managériale</p> <p>Appréhender les spécificités des différents types de communication : écrite et orale, verbale et non-verbale en langue étrangère</p>
<b>LA COMMUNICATION DANS LA RELATION PROFESSIONNELLE</b>	
<p><b>Les acteurs de la communication</b> La connaissance et la présentation de soi La prise en compte de l'autre : diagnostic sociologique et psychologique L'impact de l'environnement social Espace social Groupes sociaux</p> <p><b>Les relations entre les acteurs</b> Statuts et rôles Formes de communication (formelle, informelle) Types de relations Communication professionnelle : règles et outils</p> <p>L'efficacité relationnelle Postures à adopter, notion d'écoute active Communication persuasive : facteurs socioculturels et psychologiques</p> <p><b>La communication dans la relation commerciale</b> Le diagnostic de la situation de relation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• commerciale</li> <li>• acteurs</li> </ul>	<p>Présenter les notions d'image personnelle et professionnelle, de codes sociaux et de marqueurs sociaux</p> <p>Distinguer les différentes notions de système culturel, d'arbitraire culturel, de codes sociaux, de normes, de valeurs, d'opinions et de croyances</p> <p>Introduire les notions de normes, valeurs, rôle, statut, culture, groupes sociaux</p> <p>Analyser les incidences de l'environnement social sur la communication</p> <p>Différencier les situations professionnelles en fonction des interlocuteurs</p> <p>Présenter les règles spécifiques aux écrits professionnels et commerciaux, dont les écrits électroniques, et à la communication orale</p> <p>Présenter différentes situations de relation commerciale</p> <p>Insister sur la gestion des situations critiques</p> <p>Présenter :</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>enjeux et objectifs</li> </ul> <p>Les spécificités de la communication dans le secteur de l'esthétique-cosmétique</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>les techniques de questionnement, d'argumentation, de traitement des objections</li> <li>les techniques d'observation, d'écoute active...</li> </ul> <p>Justifier l'adéquation entre la situation et les comportements, les moyens et les techniques mis en place</p>
--	--

**Promotion et communication commerciale**

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

**ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE L'IMAGE PUBLICITAIRE**

<p><b>Composants formels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>support matériel : photographie ou graphisme</li> <li>organisation : cadrage, angle de vue, composition</li> <li>éléments représentés : sujet, fond, typographie</li> </ul> <p>Significations :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>axes de communication</li> <li>image du produit ou de l'entreprise</li> </ul> <p><b>Caractéristiques commerciales :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>informative</li> <li>d'identification du produit</li> </ul>	<p>Recenser et nommer les composants formels d'une image publicitaire</p> <p>Définir l'axe de communication d'une image publicitaire</p>
---	--

**MODES ET CODES DE LA COMMUNICATION**

<p><b>Modes :</b> séduction, agression, provocation, incitation, symbolique...</p> <p><b>Principaux codes :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>sociaux</li> <li>culturels</li> <li>esthétiques</li> </ul>	<p>Identifier les éléments caractérisant chacune des fonctions d'un message publicitaire</p> <p>Différencier les fonctions de communication selon leurs destinataires</p> <p>Établir les relations entre les choix esthétiques et les contraintes liées aux fonctions de communication</p> <p>Comparer l'efficacité de plusieurs images publicitaires</p>
---	---

**VALORISATION DE PRODUITS ET DE SERVICES**

<p><b>Différents modes de valorisation</b></p> <p><b>Communication commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Présentations et animations</li> <li>Utilisation de sites</li> </ul>	<p>Mettre en relation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>les éléments constitutifs</li> <li>les fonctions</li> <li>les codes</li> </ul> <p>Souligner les enjeux de la mise en valeur des produits et des services</p> <p>Différencier la nature de la mise en valeur de l'offre selon les types des unités commerciales</p> <p>Caractériser le marchandisage des linéaires dans les unités commerciales : physiques et virtuelles</p>
--	---

**APPROCHE CULTURELLE**

<p><b>La beauté, le parfum, le produit cosmétique :</b> histoire et perspectives</p>	<p>Réaliser une approche historique, sociologique à travers l'étude de quelques exemples</p> <p>Appréhender les tendances de développement du marché du soin, de la beauté et du parfum : inspiration mondiale et particularismes, promotion du « naturel », développement durable</p>
--	--

**LVE.A**

**LVE.B**

**CC3 : ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL**

<p><b>C3.1. Gérer l'environnement de travail</b></p>
<p><b>C3.2. Assurer la qualité (produits, prestations, services)</b></p>
<p><b>C3.3. S'inscrire dans les enjeux de la profession</b></p>

**Culture économique, juridique et managériale**

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

<b>LES ORGANISATIONS</b>	
<p>Des réalités, des finalités et des enjeux divers</p> <p>Types d'organisations publiques : État, collectivités territoriales, organismes paritaires.</p> <p>Types d'entreprises : entreprise artisanale, entreprise industrielle, entreprise de service.</p> <p>Types d'organisations à but non lucratif : associations, syndicats, organisations non gouvernementales.</p>	<p>Distinguer et caractériser les différents types d'organisation : public/privé, taille, performances, statut juridique, nationalité, ressources, champ d'action...</p> <p>Présenter les principes et objectifs des organisations.</p>

<b>L'ENTREPRISE</b>	
<p><b>Notion d'entreprise : définition</b></p> <p><b>Structure de l'entreprise</b></p> <p><b>Formes juridiques d'une entreprise</b></p>	<p>Les entreprises du secteur seront prises pour exemple</p> <p>Caractériser la notion d'entreprise</p> <p>Identifier le type de structure d'une entreprise et dégager ses caractéristiques</p> <p>Identifier les différents mécanismes de coordination et de contrôle mis en place</p> <p>Analyser les déterminants du choix d'une structure</p> <p>Distinguer la personne physique de la personne</p>



Personnalité juridique Caractéristiques des formes juridiques d'entreprise	morale Comparer les caractéristiques des différentes formes juridiques des entreprises Savoir établir une typologie des entreprises du secteur de l'esthétique-cosmétique en fonction de leurs formes juridiques et organisationnelles
---	--

### ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE

<p><b>Environnement économique</b>          Les différents secteurs d'activités, branches, métiers          L'environnement concurrentiel, le marché de l'esthétique-cosmétique</p> <p><b>Environnement juridique</b>          Les sources du droit : directives européennes, lois, conventions collectives, règlement intérieur...          Le contrat, support de l'activité de l'entreprise</p> <p>Limites de compétences et notions de responsabilité</p> <p><b>Réglementation de l'esthétique - cosmétique</b>          Réglementation professionnelle</p> <p>Déontologie professionnelle</p> <p>La réglementation de la concurrence</p> <p>La protection du consommateur</p>	<p>Présenter le secteur économique de l'esthétique-cosmétique, en France et à l'international</p> <p>Illustrer ces sources</p> <p>Présenter les différents types de contrat, les conditions de validité, leur classification, leurs effets</p> <p>Différencier responsabilité civile et responsabilité pénale</p> <p>Mettre en relation les évolutions des activités du secteur de l'esthétique cosmétique et la nécessaire veille déontologique, réglementaire, normative et technologique</p> <p>Analyser les textes en vigueur (exercice de la profession, réglementation des actes...)</p> <p>Préciser les limites du champ de compétences des professionnels de l'esthétique, de la beauté et du bien-être et les liens avec les professions de santé et les professions connexes</p> <p>Préciser la réglementation relative à la terminologie</p> <p>Appréhender les règles essentielles de la concurrence loyale</p> <p>Présenter les principes du droit de la consommation et les modalités de protection du consommateur</p>
--	---

### RESSOURCES PROFESSIONNELLES

<p><b>Information, création et utilisation d'une documentation professionnelle</b></p> <p><b>Les sources de documentation économique</b></p>	<p>Identifier les sources</p> <p>Gérer des informations : collecte, sélection, utilisation et mise à disposition</p> <p>Exploiter les banques de données</p> <p>Recenser les principales sources publiques et privées en France, à l'étranger : OCDE, CFCE, INSEE, CCI, syndicats professionnels...</p>
--	---

### Environnement de travail : un outil stratégique

<b>Connaissances</b>	<b>Commentaires</b>
----------------------	---------------------

<b>ANALYSE DE L'OFFRE</b>	
Connaissance et analyse : <ul style="list-style-type: none"> <li>• du contexte local,</li> <li>• du marché</li> <li>• de la clientèle et de ses besoins</li> </ul>	Présenter le champ d'action de chacun des partenaires institutionnels et professionnels Mettre en évidence l'importance du réseau de partenaires institutionnels et de professionnels pour servir les objectifs de l'entreprise Prendre en compte : <ul style="list-style-type: none"> <li>• le concept de l'enseigne, l'image de la marque, l'offre produits...</li> <li>• le marché au niveau national et international</li> </ul> Présenter et analyser l'offre produits du marché cosmétique (marques, concept retenu, positionnement)
<b>GESTION DES ÉQUIPEMENTS ET DES LOCAUX</b>	
Organisation des espaces de travail professionnel Organisation des postes de travail	Concevoir un aménagement rationnel Réaliser une planification pertinente
<b>DEMARCHE QUALITÉ</b>	
<b>Définition - Finalité et objectifs</b>  <b>Enjeux et résultats - Normes européennes</b>  <b>Étapes de la démarche de qualité</b>     <b>Mise en œuvre d'une démarche qualité</b> Méthodes Outils Moyens	Définir le concept de qualité, ses grands principes et son évolution Distinguer la qualité externe et la qualité interne Présenter les principes de normes, la certification et les principaux organismes responsables Identifier, à partir d'exemples, les étapes de la démarche qualité Repérer la place d'une démarche qualité dans l'amélioration du service aux clients et dans la valorisation des rôles professionnels Distinguer qualité perçue, qualité attendue, qualité servie et qualité conçue Présenter les notions de procédure et de protocole à élaborer et à mettre en œuvre dans une démarche qualité Distinguer les spécificités des procédures et outils suivants : évaluation, audit, accréditation, auto-contrôle, certification, guide, référentiels, chartes... Repérer le ou les points de faiblesse Mettre en place la maîtrise des processus pour garantir les résultats Appliquer les principes de la Démarche Qualité

<b>STRATEGIES DE L'ENTREPRISE</b>	
<b>Logique entrepreneuriale et logique managériale</b>     <b>Management stratégique et management</b>	Caractériser et distinguer : <ul style="list-style-type: none"> <li>• la logique entrepreneuriale : une opportunité et une démarche</li> <li>• la logique managériale : l'optimisation des ressources au service d'un projet</li> </ul> Montrer leur complémentarité Distinguer les actions stratégiques des actions

<p><b>opérationnel</b> Management de projet</p> <p>Mesure de performance Notion de performance</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mesure des résultats</li> <li>• actions correctrices</li> </ul> <p><b>Politique d'innovation</b></p> <p><b>Ressources de l'entreprise au service de la stratégie</b> Ressources financières L'estimation des besoins Connaissance des différents modes de financement</p> <p><b>Ressources humaines</b> Adaptation des ressources humaines aux objectifs stratégiques</p> <p>Relation entre les individus au travail : une interaction régie par le droit du travail</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• organisation de la vie au travail</li> <li>• emploi</li> <li>• contrat de travail</li> <li>• conflits individuels et collectifs</li> <li>• représentation du personnel</li> </ul>	<p>opérationnelles et montrer leur interdépendance</p> <p>Analyser l'ensemble du processus de projet</p> <p>Définir les critères de la performance (coût, productivité, rentabilité, délai, qualité, indicateurs sociaux et environnementaux) et construire des indicateurs appropriés.</p> <p>Indiquer des processus d'alerte et de régulation</p> <p>Analyser les enjeux et les modalités de la politique d'innovation et du management des connaissances (brevets...)</p> <p>Distinguer les besoins de financement liés à l'exploitation de ceux liés à l'investissement</p> <p>Identifier les différents acteurs et leur rôle, l'importance de la recherche des compétences, de la motivation et l'implication des salariés</p> <p>Appréhender le cadre juridique des relations entre les individus au sein de l'entreprise.</p>
---	--

# Options

## CS.1 MANAGEMENT

S1.1. Gérer l'entreprise
S1.2. Élaborer les projets entrepreneuriaux (création, reprise, gestion et développement d'entreprise)
S1.3. Assurer le développement de l'entreprise

## Langue vivante étrangère A

## Langue vivante étrangère B\*

\* la LVE.B est facultative.

## Management des équipes

L'ÉQUIPE DANS L'ENTREPRISE	
<p><b>L'équipe : son rôle dans la structure</b>            Définition et place de l'équipe dans la structure             Organisation de l'équipe</p>	<p>Montrer que l'équipe évolue au fil du temps.            Souligner l'arbitrage nécessaire entre la structure de l'équipe et sa flexibilité</p> <p>Présenter la typologie des emplois au sein d'une entité commerciale</p> <p>Présenter les différentes possibilités d'organisations des équipes en fonction des domaines d'activité et des structures</p> <p>Mettre en adéquation postes, missions et compétences</p>
<p><b>La constitution et l'évolution de l'équipe</b>            Diagnostic quantitatif et qualitatif des besoins             Processus de recrutement</p>	<p>Présenter les différentes méthodes et les indicateurs du diagnostic d'une équipe</p> <p>Repérer les enjeux, les difficultés et les différentes phases du recrutement des collaborateurs de la structure (définition du poste, étapes du recrutement, établissement du contrat de travail...)</p>
<p><b>La valorisation du potentiel de l'équipe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• enjeux</li> <li>• évaluation du potentiel</li> <li>• formation</li> <li>• motivation et stimulation</li> <li>• la rémunération comme élément de motivation</li> </ul>	<p>Présenter les différentes techniques d'évaluation du potentiel</p> <p>Distinguer les différents types de formation. Présenter un plan de formation de sa conception à sa mise en œuvre en mettant en évidence les techniques d'évaluation d'une action de formation</p> <p>Présenter les techniques d'accompagnement individualisé (<i>coaching</i>)</p> <p>Décrire les fondements psycho-sociologiques de la motivation</p> <p>Décrire et analyser les principales méthodes de</p>

**ORGANISATION ET ANIMATION DE L'ÉQUIPE**

<p><b>L'organisation du travail de l'équipe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les missions de l'équipe et de chaque membre de l'équipe</li> <li>• Typologie des outils d'analyse et de répartition des tâches</li> <li>• Modes de délégation des responsabilités</li> <li>• Méthodes de coordination de l'action</li> <li>• Méthodes de planification</li> <li>• Techniques d'évaluation de l'organisation du travail</li> </ul> <p><b>L'animation de l'équipe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enjeux</li> <li>• Techniques d'animation</li> </ul> <p><b>Techniques de résolution de conflits</b></p>	<p>Définir les différents types de missions que l'on peut confier à une équipe et leurs caractéristiques</p> <p>Présenter les méthodes d'établissement d'un tableau de répartition des tâches. Analyser un tableau de répartition des tâches</p> <p>Présenter les principes de délégation</p> <p>Présenter les principes d'établissement de plannings, d'un diagramme de Gantt</p> <p>Exposer les principes généraux de l'ordonnancement des tâches</p> <p>Montrer que l'animation vise à développer l'esprit d'équipe, à créer et entretenir une image spécifique et à provoquer l'adhésion.</p> <p>Présenter des techniques de renforcement de la cohésion de l'équipe, de développement de l'action collective et des techniques de développement des relations de coopération à l'intérieur de l'équipe</p>
---	---

**LE MANAGEUR**

<p><b>Les styles de direction et la notion de décision</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les styles de direction</li> <li>• Les décisions et le processus de décision</li> <li>• Les limites du pouvoir managérial (parties prenantes et contre-pouvoirs : actionnaires, syndicats, consommateurs, groupements professionnels)</li> </ul> <p><b>Les missions du manager</b></p> <p>Organisation et coordination de la structure</p> <p>Veille managériale</p> <p>Information, animation, mobilisation et accompagnement de l'équipe</p> <p>Contrôle et évaluation des performances individuelles et collectives et de l'unité commerciale</p> <p><b>Les outils du manager</b></p> <p>Indicateurs sociaux</p>	<p>Appréhender la diversité des dirigeants et des styles de direction</p> <p>Repérer les facteurs déterminants d'une décision dans un contexte donné</p> <p>Analyser le processus de décision</p> <p>Apprécier l'influence des parties prenantes sur le processus de décision</p> <p>Évaluer les enjeux liés aux intérêts des parties prenantes</p> <p>Caractériser les fonctions du manager et montrer que la gestion doit rendre durable la performance de la structure</p> <p>Mettre en évidence le degré d'autonomie dans la décision :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• centralisation / décentralisation</li> <li>• structure / groupe</li> </ul> <p>Caractériser les types de décisions spécifiques à la structure en fonction des situations organisationnelles</p> <p>Identifier les facteurs influençant la cohésion interne de l'équipe commerciale</p> <p>Présenter les indicateurs sociaux et de gestion utiles au manager pour piloter la structure.</p>
---	--

Tableaux de bord commerciaux Budgets Outils d'aide à la décision Organisation de l'activité personnelle	Présenter les principaux outils d'aide à la décision Aborder en particulier la gestion du temps personnel
--	--

**Management de l'entité commerciale**

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

<p><b>Création d'une entité commerciale</b></p>          <p><b>Gestion d'une entité commerciale</b></p> <p>Évaluation des performances : les tableaux de bord</p>   <p>Chiffre d'affaires et marges</p> <p>Seuil de rentabilité et point mort</p> <p><b>Gestion courante de l'entité commerciale</b></p> <p>Le cycle d'exploitation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• notion de cycle d'exploitation</li> <li>• composantes du cycle d'exploitation</li> </ul> <p>Les opérations de règlement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La facturation</li> <li>• La TVA</li> <li>• Les modes de règlement</li> <li>• Les délais de paiement</li> </ul> <p>Les stocks</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion physique des entrées et des sorties</li> <li>• Valorisation des stocks</li> <li>• Volumes à commander</li> </ul>	<p>Connaître les grands principes de la création et de la reprise d'entreprise</p> <p>Étudier le marché</p> <p>Établir les prévisions financières</p> <p>Établir un plan de financement</p> <p>Constituer une équipe</p> <p>Trouver des aides</p> <p>Rechercher des capitaux</p> <p>Choisir un statut juridique et fiscal</p>  <p>Analyser les liens entre les décisions de gestion et la demande de mise en place d'indicateurs précis pour accompagner la performance de la structure</p> <p>Décrire les principaux indicateurs présents dans un tableau de bord, globalement et déclinés par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• secteur, produit, collaborateur</li> <li>• mètre carré, unité de temps...</li> </ul>  <p>Analyser les indicateurs qualitatifs et quantitatifs</p> <p>Analyser les écarts de réalisation par rapport aux objectifs</p>  <p>Définir et décomposer le cycle d'exploitation jusqu'au besoin en fonds de roulement, sans se limiter aux encaissements et décaissements</p>  <p>Étudier l'ensemble des éléments constitutifs d'une facture et les avoirs</p>  <p>Prendre en compte les dimensions opérationnelle et logistique de la gestion des stocks</p> <p>Expliquer et calculer les notions de stock d'alerte, de sécurité et de point de commande en univers certain ou probabiliste</p>
--	---

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventaires</li> <li>• Coût de stockage</li> <li>• Rotation</li> </ul>	<p>Expliquer le surcoût induit par la détention et la possession des stocks</p>
<p>La trésorerie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Composantes de la trésorerie</li> <li>• Variables d'ajustement de besoin en fonds de roulement</li> </ul>	<p>Étudier la trésorerie en prenant comme point de départ les encaissements</p> <p>Expliciter l'impact du BFR sur la trésorerie en insistant sur les possibilités d'ajustement (délais de paiement et d'encaissement)</p>
<p>L'analyse de l'exploitation</p> <p><b>Gestion de l'offre de l'entité commerciale</b></p>	<p>Montrer l'importance de la maîtrise des coûts et d'une politique de prix garantissant la pérennité de l'entité commerciale sur la mise en place d'une offre compétitive</p>
<p>Les coûts de l'entité commerciale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Notions de charges et de coûts</li> <li>• Typologies des coûts</li> <li>• Structure de coûts</li> </ul>	<p>Distinguer charges fixes et variables</p> <p>Calculer les coûts complets</p> <p>Calculer les coûts d'un produit vendu, d'une prestation de service, d'une structure, d'une opération commerciale</p>
<p>La fixation des prix</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• taux de marge, taux de marque</li> <li>• méthodes de fixation des prix (offre, demande concurrence, coefficients multiplicateurs)</li> <li>• devis, tarifs</li> </ul>	<p>Prendre en compte les différents facteurs qui influencent la fixation du prix</p> <p>Utiliser les principaux outils de fixation du prix (coûts, élasticités, prix d'acceptabilité)</p> <p>Décrire les techniques de modulation des prix</p> <p>Utiliser des outils de modélisation et de simulation pour l'aide à la décision</p>
<p><b>Sécurisation et développement de l'entité commerciale</b></p>	
<p>Gestion prévisionnelle</p>	<p>Anticiper les flux financiers et élaborer des budgets dans le respect des engagements de l'unité commerciale</p>
<p>La démarche budgétaire</p>	<p>Insister sur l'intérêt de l'utilisation des budgets comme outil de pilotage de la structure.</p>
<p>Les méthodes de prévision</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• domaines et méthodes de prévision</li> <li>• statistiques des ventes</li> <li>• représentations graphiques</li> <li>• impact des variations saisonnières</li> </ul>	<p>Citer les domaines de la prévision (ventes, achat, besoins en personnel et en investissements)</p> <p>Analyser des séries chronologiques et calculer des tendances</p> <p>Présenter et justifier l'utilisation des principaux outils de prévision</p>
<p>Les budgets</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• budget des approvisionnements</li> <li>• budget des charges</li> <li>• budget des ventes</li> <li>• budget des investissements</li> <li>• budget de trésorerie</li> </ul>	<p>Présenter les différents budgets.</p> <p>Souligner l'impact du budget des charges de personnel sur le management de l'équipe</p> <p>Décliner les budgets par secteur, par activité, par unité de temps. Mettre en évidence l'impact sur le management de l'équipe</p> <p>Calculer et expliciter les écarts et les marges de progression</p> <p>À partir de situations concrètes établir des budgets simples de fonctionnement et évaluer la faisabilité</p>

<p><b>Gestion des risques</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• typologie des risques</li> <li>• modalités de couverture des risques</li> <li>• estimation du risque et du coût de sa couverture</li> <li>• analyse coût-avantage</li> </ul> <p><b>Gestion des investissements</b></p> <p>La notion d'investissement</p> <p>Les ressources internes de financement</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• équilibre financier</li> <li>• capacité d'autofinancement</li> </ul> <p>Les ressources externes de financement des investissements</p> <p>La rentabilité des investissements</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valeur Actuelle Nette</li> <li>• Taux Interne de Rendement</li> <li>• délai de récupération</li> <li>• budget des investissements</li> </ul> <p><b>Gestion commerciale</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zone de chalandise, géomercatique</li> <li>• Études de marché</li> <li>• Évaluation de l'efficacité des actions</li> <li>• Suivi de clientèle</li> <li>• Techniques de fidélisation</li> </ul> <p><b>Les technologies au service de la gestion commerciale</b></p> <p>L'organisation technologique du système d'informations</p> <p>Recherche des informations commerciales</p> <p>Utilisation de bases de données clients/prospects</p> <p><b>Développement de l'entité commerciale</b></p>	<p>en fonction des contraintes</p> <p>Caractériser les risques</p> <p>Calculer les risques encourus et les coûts induits</p> <p>Justifier la couverture des risques</p> <p>Présenter les principes des provisions (risques et charges, dépréciation)</p> <p>Présenter des solutions de couverture de risques : assurances, maintenance, provision pour risques...</p> <p>Montrer la nécessité de la connaissance des objectifs de rentabilité et des contraintes internes et externes pour la prise de décisions d'investissement</p> <p>Caractériser les contraintes du choix d'investissement</p> <p>Analyser l'équilibre financier à partir du bilan</p> <p>Étudier les amortissement et provisions</p> <p>Calculer et expliciter le fonds de roulement</p> <p>Calculer et expliciter la capacité d'autofinancement</p> <p>Décrire et analyser les différents outils de financement, notamment le crédit-bail et la location en insistant sur l'intérêt économique de ces modalités de financement</p> <p>Calculer les annuités, le coût du crédit et présenter le tableau d'amortissement d'un emprunt.</p> <p>Citer les principaux critères financiers de choix d'investissement</p> <p>Calculer et interpréter les indicateurs de rentabilité des investissements.</p> <p>Calculer le seuil de rentabilité, par exemple d'une animation commerciale, d'un produit, d'un soin ?</p> <p>Présenter les outils de gestion et comprendre leur intérêt.</p> <p>Appréhender les éléments de gestion nécessaires à la mise en œuvre d'une action.</p> <p>Se limiter aux connaissances utiles pour monter une action commerciale et encadrer une équipe de commerciaux dans le déroulement de cette action</p> <p>Connaître les grands principes du développement d'entreprise</p> <p>Anticiper les évolutions de l'environnement</p> <p>Analyser l'entité commerciale pour mettre en évidence</p>
---	---



	<p>les points de blocage et les opportunités de développement</p> <p>Monter un plan de prospection commerciale en vue de conquérir de nouveaux marchés</p> <p>Mettre en œuvre un plan de développement</p>
--	--

**Cadre scientifique et technologique**

<b>Connaissances</b>	<b>Commentaires</b>
----------------------	---------------------

**ENVIRONNEMENT COSMÉTIQUE**

<p><b>Produits cosmétiques</b></p> <p><b>Gammes de produits</b></p>	<p>Montrer l'importance du concept de produit, de marque, de gamme</p> <p>Montrer l'adéquation des caractéristiques du produit (conditionnement, emballage, étiquetage...) avec l'image de la marque</p> <p>Analyser les paramètres déterminant les conditions de stockage des produits cosmétiques (cycle de vie...)</p> <p>Analyser les tendances</p> <p>Montrer l'importance de la cohérence d'une gamme ou d'une ligne</p> <p>Mettre en relation avec les besoins du marché</p> <p>Choisir une gamme correspondant au marché</p> <p>Mettre en relation les spécificités du produit et les contraintes d'utilisation</p>
--	---

**PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT : EAU ET ÉNERGIE**

<p>Eau</p> <p>Électricité</p> <p>Gaz....</p>	<p>Identifier les enjeux écologiques parmi les enjeux du développement durable</p> <p>Estimer le coût de la consommation</p> <p>Évaluer la consommation d'eau et d'énergie pour différentes activités professionnelles</p> <p>Prévoir les installations adaptées</p> <p>Interpréter un bilan énergétique</p>
--	--

**ORGANISATION DES ESPACES DE TRAVAIL**

<p><b>Étude fonctionnelle du local professionnel</b></p> <p>Critères d'aménagement des espaces choisis (cohérence avec la culture et le concept de l'entreprise, contraintes économiques, esthétiques, de fonctionnalité, de sécurité, de confort...)</p> <p>Critères d'implantation fonctionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• surfaces</li> <li>• type d'espace (fixe ou modulable)</li> <li>• libre circulation</li> <li>• facilité d'accès et d'utilisation</li> </ul> <p>Organisation des postes de travail</p>	<p>Étudier les différentes caractéristiques des espaces en se référant au : cadre réglementaire et aux normes françaises et européennes en vigueur</p> <p>Étudier les contraintes des différents espaces en fonction des activités envisagées</p> <p>Justifier le respect des volumes de protection des appareils sanitaires</p> <p>Déterminer avec l'aide d'un concepteur d'espace / architecte d'intérieur un concept d'aménagement</p> <p>Déterminer les différentes zones sur un plan « zoning »</p> <p>Interpréter un plan</p> <p>Respecter la normalisation en termes de</p>
--	--

	<p>représentation</p> <p>Respecter les règles d'hygiène et de sécurité</p> <p>Réaliser, à partir de situations réelles, une analyse critique de postes de travail existants, proposer des adaptations</p>
<b>INFRASTRUCTURE MATÉRIELLE</b>	
<p><b>Caractéristiques et critères de choix des matériaux</b></p> <p><b>Équipement fixe, mobiliers, et matériels nécessaires aux différentes activités :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• soins de beauté et de bien être...</li> <li>• vente de produits et de matériels en magasin, sur stand</li> <li>• formation, animation commerciale</li> </ul>	<p>Présenter les différents matériaux en mettant en évidence leurs caractéristiques (confort, classification, esthétique, acoustique, facilité d'entretien...)</p> <p>Prendre en compte les dernières tendances et actualités en matière de revêtement</p> <p>Étudier l'équipement (fixe et mobile) et matériel spécifique nécessaire aux différentes activités</p> <p>Réaliser des études comparatives (encombrement, maniabilité, efficacité, prix...) des différents équipements professionnels</p>
<b>CONFORT DES PERSONNES</b>	
<p>Confort thermique</p> <p>Qualité de l'air intérieur</p> <p>Confort lumineux</p> <p>Confort acoustique</p> <p>Confort ergonomique</p>	<p>Analyser l'impact sanitaire et environnemental</p> <p>Se référer aux normes et réglementations en vigueur</p> <p>Présenter de façon synthétique les systèmes d'aération, de ventilation</p> <p>Présenter de façon synthétique les différentes sources lumineuses, leurs caractéristiques et leurs intérêts respectifs</p> <p>Distinguer correction acoustique et isolation acoustique</p> <p>Analyser les moyens de limiter les nuisances sonores</p> <p>Analyser les moyens de créer une ambiance propice au confort et à la relaxation</p> <p>Repérer les conditions à respecter : caractéristiques anthropométriques, visuelles, accessibilité aux produits, aux matériels</p> <p>Adapter les techniques gestuelles</p> <p>Indiquer les principes de sécurité physique et d'économie d'effort à adopter</p>

IMAGES DE LA MARQUE, DE L'ENTREPRISE  
 OUTILS DE COMMUNICATION  
 SYMBOLES GRAPHIQUES

**Publicité**

- Exemple d'image fixe (dépliant, annonce presse, affiche ou dossier de presse)
- Présentation - impact
- Exemple d'image animée (défilés, concours, salons.)

Analyser les composants d'une réalisation promotionnelle

Identifier :

- la stratégie publicitaire mise en œuvre
- les moyens utilisés au plan esthétique, technique et financier

Établir des relations entre l'objet de promotion, les buts poursuivis et la stratégie publicitaire adoptée

Apprécier l'efficacité d'une campagne publicitaire, en comparant les objectifs poursuivis et les moyens utilisés

Choisir des supports d'étude possibles à partir d'exemples (dépliants, prospectus, affiches, emballages, vitrines, stands, vidéos, objets professionnels...)

Indiquer les spécificités de la mise en valeur d'une offre de services

Justifier la pertinence de la mise en valeur des produits et montrer son efficacité

## CS2 FORMATION - MARQUES

**S2.1. Concevoir, impulser, et conduire des actions d'information, de formation et de négociation dans le respect de l'image et de la culture de l'entreprise**

**S2.2. Former aux techniques de soins, aux techniques de vente et d'utilisation de produits, animer des actions**

**S2.3. Négocier les ventes de produits, de matériels**

### Langue vivante étrangère A

### Langue vivante étrangère B

## Techniques de formation et d'animation

### Connaissances

### Commentaires

#### DÉFINITION DES TYPES D'ACTION

##### Animation et conduite d'actions

Animation, conduite d'actions de formation, de stimulation commerciale et d'évaluation professionnelle

- conduite d'actions d'animation
- conduite d'actions de formation et de stimulation commerciale
- conduite d'action d'évaluation professionnelle

Notion de Droit individuel à la Formation

Formation continue individuelle et formation continue collective

Présenter les objectifs, les différentes formes, les supports ou outils, et les acteurs des différentes actions

#### MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DES ACTIONS

##### Évaluation et formulation des besoins

Besoins exprimés, perçus, commande institutionnelle  
Établissement d'un cahier des charges de l'action

- Détermination des objectifs de l'action
- Détermination des points clés, des concepts à développer

##### Moyens et supports de communication adaptés à l'action

Structuration du déroulement, des enchaînements

Prévision du coût des interventions

Conduite de l'action

Évaluation des actions et exploitation des résultats

Développer les méthodes de recherche de besoins (bilans personnels de compétences, évolutions professionnelles, évolutions de l'entité commerciale...)

Analyser les critères de choix de supports didactiques, de matériels et de techniques

Justifier la logique de la démarche

Expliciter les principes d'élaboration des outils d'aide à l'animation de la relation commerciale

Réaliser un projet d'organisation d'action

## Techniques de négociation – relation client

Connaissances	Commentaires
<b>FONDAMENTAUX DE LA NÉGOCIATION COMMERCIALE</b>	
<p><b>Généralités sur les situations de négociation</b>            La connaissance du marché, du produit            L'espace de vente            Les entretiens d'achat et de vente : de la phase préparatoire aux phases postérieures à la négociation (autoévaluation, mercatique après-vente)</p> <p><b>Diagnostic de la situation de négociation</b>            Acteurs, enjeux et objectifs, marge de manœuvre</p> <p><b>Stratégies et techniques de négociation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stratégie distributive, intégrative, compromis, résolution de conflit</li> <li>• Questionnement, argumentation</li> </ul> <p><b>Outils</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• D'aide à la vente</li> <li>• De concrétisation de l'accord</li> </ul>	<p>Identifier les différentes situations de vente: en face à face ou par médium interposé (téléphone, internet), vente de produit ou de service...</p> <p>Distinguer dans la marge de manœuvre ce qui est négociable de ce qui ne l'est pas, les points de rupture, les zones d'intérêt commun</p> <p>Justifier les outils de négociation commerciale : plan de découverte, argumentaire, book client, outils de concrétisation...</p>
<b>NÉGOCIATION AVEC LE PARTICULIER</b>	
<p><b>Analyse du comportement de l'acheteur particulier</b>            Typologies de consommateurs            Critères d'achat            Motivations d'achat</p> <p><b>Spécificités du plan de vente</b>            Argumentation motivationnelle            Démonstration            Vente du financement            Concrétisation de l'accord            Techniques spécifiques de fidélisation</p>	<p>Identifier la dimension juridique liée au statut du client</p> <p>Distinguer les différentes techniques d'approche du client : à son domicile, en salon, en salle d'exposition, sur une unité de vente</p> <p>Prendre en compte les TIC pour la démonstration</p>
<b>NÉGOCIATION AVEC L'ENTREPRISE</b>	
<p><b>Processus d'achat en milieu professionnel</b>            Typologie d'acheteurs            Processus décisionnel            Besoins et enjeux de(s) l'interlocuteur(s)            Partenariat</p> <p><b>Spécificités du plan de vente</b>            Cycle de négociation            Supports d'aide à la négociation            Argumentation financière et fiscale            Défense des marges            Vente de solutions            Techniques de fidélisation</p>	<p>Identifier le rôle de l'acheteur (utilisateur ou non), son style, ses techniques de négociation et ses outils d'aide à l'achat (cahier des charges, appel d'offre...)</p> <p>Tenir compte de la valeur du client dans une optique de fidélisation</p> <p>Identifier les caractéristiques de l'acheteur, ses techniques de négociation et ses outils d'aide à l'achat</p> <p>Tenir compte de la valeur du client dans une optique de fidélisation</p> <p>Distinguer les situations de négociation avec les comités d'entreprise et les collectivités</p>

	Identifier les spécificités liées au statut du client et au lieu de négociation
<b>NÉGOCIATION AVEC LES FOURNISSEURS</b>	
<b>Processus d'achat dans la distribution</b> Les stratégies des groupes de distribution Profils, rôle et tactiques des acheteurs en centrale d'achat, en magasin Besoins et enjeux de (ou des) l'interlocuteur(s) Partenariat <b>Spécificités du plan de vente</b> Argumentation économique Défense des marges Outils d'aide à la négociation Techniques spécifiques de fidélisation	Présenter les situations de négociation avec un fournisseur : référencement, négociation de têtes de gondole, d'élargissement de linéaire, de réapprovisionnement, de respect des contrats Distinguer dans l'argumentation économique : les budgets d'animation, les accords de coopération, les animations commerciales, la PLV  Tenir compte de la spécificité de l'argumentation à un revendeur

## Gestion commerciale

Connaissances	Commentaires
<b>GESTION DES MARGES DE MANŒUVRE DANS LA NÉGOCIATION</b>	
Le prix Les règlements et le financement Les marges	Appréhender la marge de manœuvre du commercial prenant en compte tous les éléments du dossier de nature commerciale, financière, et juridique

<b>GESTION DE LA RENTABILITÉ ET DU RISQUE CLIENT</b>	
L'analyse du portefeuille clients / prospects  La prise en compte du risque global pour l'entreprise	Présenter les modalités d'estimation de la valeur d'un client / prospect : données financières, évaluation de la rentabilité, mesure et gestion du risque client  Appréhender les incidences des décisions commerciales pour l'entreprise : <ul style="list-style-type: none"> <li>• impact des délais de règlement</li> <li>• impact du niveau des stocks</li> </ul>
<b>GESTION DE L'ACTION COMMERCIALE</b>	
La planification et le suivi de l'action  L'évaluation de l'efficacité de l'action commerciale	Élaborer des plans de prospection / fidélisation Planifier des actions commerciales Évaluer les coûts commerciaux et élaborer un budget Évaluer la rentabilité de l'action Analyser les écarts Mettre en œuvre des techniques de suivi d'affaires

## Technologies commerciales

Connaissances	commentaires
---------------	--------------

## ENVIRONNEMENT TECHNOLOGIQUE DU COMMERCIAL

<p><b>L'organisation technologique du système d'informations commerciales</b>  L'information commerciale  Les technologies réseau, téléphonie et télécommunications</p> <p><b>Les ressources au service du commercial</b>  Matériels et équipements commerciaux  Applications  Services</p> <p><b>Technologies commerciales opérationnelles</b>  Recherche des informations commerciales  Méthodes de recherche  Collecte et capture des informations  Stockage et mise à disposition</p> <p><b>Utilisation de bases de données clients / prospects</b>  Saisie des informations  Fiabilisation des données  Qualification et mise à jour  Exploitation des données</p> <p><b>Organisation de la prospection</b>  Plans de prospection informatisés  Gestions d'itinéraires  Utilisation des intranets en prospection  Prospection assistée  Outils d'évaluation de la prospection</p> <p><b>Travail collaboratif</b>  Partage et échange des informations  Organisation et mise en œuvre du travail collaboratif</p>	<p>Distinguer données et informations  Préciser les caractéristiques, la nature, les formes et les supports d'information  Limiter l'étude à la description d'un réseau simple  Développer notamment les organisations internet, extranet, réseau local, GRC, E-commerce, plates-formes technologiques</p> <p>Distinguer les ressources logicielles : logiciels bureautique, SGBD, applications et progiciels commerciaux  Téléphonie Assistée par Ordinateur  Identifier les services proposés par internet, par le réseau local, les services de formation technologique et d'assistance</p> <p>Traiter de la prospection au sens large  Différencier les aspects analytiques, méthodologiques et technologiques de la gestion du temps  Préciser l'utilisation d'organiseurs personnels, d'agendas, de gestionnaires de tâches, de fonctions calendrier et de tout autre logiciel de gestion du temps</p> <p>Montrer la pertinence de l'utilisation d'outils de présentation assistée dans les situations d'entretien de vente, les situations managériales  Se limiter à l'analyse d'un site comme outil d'information et de promotion</p> <p>Démontrer l'efficacité du travail collaboratif  Insister sur l'état d'esprit, la culture et les démarches nécessaires  Justifier la mise en œuvre des outils du travail collaboratif dans toute situation à caractère professionnel</p> <p>Préciser notamment les contextes d'utilisation de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Messagerie et listes de diffusion</li> <li>• Forums</li> <li>• Agenda partagé</li> <li>• Gestion des contacts</li> <li>• Partage des ressources</li> <li>• Vidéo et visioconférence, <i>e-learning</i></li> </ul>
---	---

## Environnement scientifique, technologique et juridique

Connaissances	Commentaires
<b>VEILLE JURIDIQUE, TECHNIQUE ET CONCURRENTIELLE</b>	
<p><b>Réglementation internationale des produits cosmétiques</b>                      Réglementation européenne : REACH...                      Réglementation internationale</p> <p>Cosmétiques non topiques : micronutrition clinique, effets, doses, indications, limites...</p> <p>Législation spécifique</p>	<p>Citer les instances professionnelles ou institutions en charge de la délivrance des certificats de libre circulation</p> <p>Analyser la liste européenne positive des nutriments, micronutriments, vitamines et extraits alimentaires autorisés par l'Europe</p>
<p><b>Veille scientifique et technologique</b>                      Produits cosmétiques et gammes de produits</p>	<p>Analyser l'évolution des tendances : nouveaux actifs, nouvelles formulations...</p> <p>Prendre en compte les données relatives au produit dans son contexte de création (gamme, concurrence, marché...)</p>
<p>Matériels, appareils</p>	<p>Exploiter la documentation relative à chaque nouveau produit, matériel, appareil...</p> <p>Adapter les protocoles d'utilisation de nouveaux appareils, de nouveaux produits</p>
<b>ÉVOLUTION DES PRODUITS</b>	
<p><b>Interactions cosmétique et corps humain</b></p> <p>Étapes et résultats des études cliniques de produits cosmétiques, d'hygiène et compléments alimentaires</p> <p>Influence de la galénique sur la biodisponibilité</p> <p>Cosmétologie orale</p>	<p>Analyser les interactions des actifs et excipients avec la peau et les phanères</p> <p>Mener une analyse globale depuis les tests d'évaluation et d'efficacité jusqu'à l'exploitation des résultats</p> <p>Évoquer :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les formes « retard » (ou à effet prolongé)...</li> <li>• la notion de cosméceutique</li> </ul> <p>Analyser la place de la cosmétologie orale à travers l'étude d'articles scientifiques</p>
<p><b>Adéquation contenant / produit</b></p>	<p>Présenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la fonctionnalité contenant/contenu</li> <li>• les caractéristiques des principaux matériaux</li> <li>• le packaging</li> <li>• aspect esthétique et ergonomique</li> <li>• lien marketing</li> <li>• impact environnemental - développement durable</li> </ul>
<b>CONNAISSANCE DU PRODUIT COSMÉTIQUE</b>	
<p><b>Analyse sensorielle</b>                      Descripteurs                      Étude comparative</p>	<p>Présenter la démarche d'analyse sensorielle</p> <p>Exploiter des résultats de tests</p>



Conditions de validation au regard d'un <i>brief</i> : critères d'acceptabilité	Réaliser des tests afin de comparer le produit et la commande
<b>Exploitation de l'objectivation</b>	<p>Étudier des techniques d'objectivation et en dégager les principes. Préciser les produits auxquels elles peuvent s'appliquer</p> <p>Comparer ces techniques en termes de pertinence et performance</p> <p>Pratiquer des tests biométriques</p> <p>Analyser les résultats en prenant en compte les facteurs objectifs et l'existence de facteurs subjectifs</p> <p>Réaliser différents tests instrumentaux d'efficacité sur les produits de soin : hydratation, matité, effet nourrissant, couleur, fermeté / élasticité...</p>
<b>EFFETS INDÉSIRABLES DU PRODUIT COSMÉTIQUE</b>	
<b>Cosmétovigilance</b>	Citer les acteurs de la cosmétovigilance
<b>Tests de toxicité</b>	<p>Citer :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les phénomènes toxicologiques</li> <li>• les tests (bio)chimiques et biologiques in vitro et in vivo mis en œuvre</li> </ul>
<b>ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL</b>	
<p><b>Gestion des espaces professionnels</b></p> <p>Critères d'aménagement des espaces choisis</p> <p>Critères d'implantation fonctionnelle</p> <p>Organisation des postes de travail</p> <p>Indicateurs d'optimisation : rapidité d'exécution, confort du client et de l'opérateur, cohérence d'organisation des différents espaces</p>	<p>Proposer des aménagements pour des situations professionnelles variées</p> <p>Interpréter un plan</p> <p>Respecter les règles d'hygiène et de sécurité</p> <p>Réaliser, à partir de situations réelles, une analyse critique de postes de travail existants, proposer des adaptations</p>

## Image et mise en scène de la marque

Connaissances	Commentaires
<b>Caractéristiques d'une marque</b>	<p>Analyser le cahier des charges</p> <p>Identifier les données relatives :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• au produit,</li> <li>• à la gamme,</li> <li>• aux techniques...</li> </ul> <p>Repérer, dans le contexte de création (concurrence, marché...), la place de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• matière première,</li> <li>• actifs,</li> <li>• expression d'une tendance,</li> <li>• procédés, rapport qualité/prix...</li> </ul> <p>Relier gammes et <i>packaging</i></p>

### **Supports et moyens**

- image fixe (dépliant, annonce presse, affiche ou dossier de presse) ;
- image animée dans le cadre de défilé de mode, de concours internationaux de coiffure, de salons professionnels.

### **Mise en scène de la marque**

Emplacements

Analyser les composants d'une réalisation promotionnelle

Identifier :

- la stratégie promotionnelle mise en œuvre ;
- les moyens utilisés au plan esthétique, technique et financier

Mettre en adéquation les modes d'organisation, de gestion et de diffusion de la mise en scène avec l'image de la marque (*e-diffusion...*)

Apprécier l'impact de l'emplacement linéaire, des espaces de visibilité additionnels, des espaces temporaires de mise en avant sur l'efficacité de la communication

## CS3 : COSMÉTOLOGIE

S3.1. Réaliser une étude technique dans le cadre de « recherche et développement »

S3.2. Mettre en œuvre des techniques de fabrication, de contrôle

S3.3. Objectiver l'efficacité d'un produit, d'une technique

Langue vivante étrangère A

Langue vivante étrangère B\*

\* la LVE.B est facultative.

## Documentation - Réglementation - Expertise - Cosmétovigilance

### Connaissances

### Commentaires

#### VEILLE TECHNOLOGIQUE ET CONCURRENTIELLE

Recherches bibliographiques  
Banques de données

Mettre en œuvre des techniques de recherche, de stockage, d'analyse d'informations concernant un produit ou un procédé  
Évaluer la pertinence des informations recueillies  
Repérer les innovations (nanotechnologies, textiles cosmétiques...)

#### RÉGLEMENTATION EN VIGUEUR

- Européenne : REACH...
- Internationale

Veille réglementaire

Cosmétiques non topiques : micronutrition clinique, effets, doses, indications, limites...

Législation spécifique

Législation européenne.

Constituer et gérer les documents techniques nécessaires aux dossiers réglementaires européens et aux dossiers d'enregistrement pour l'export  
Présenter les instances professionnelles ou institutions en charge de la délivrance des certificats de libre circulation

Analyser la liste européenne positive des nutriments, micronutriments, vitamine et extraits alimentaires autorisés

#### COSMÉTOVIGILANCE

Réglementation

Réglementation européenne

Commission de cosmétologie

Définir la cosmétovigilance  
Connaître les acteurs de la cosmétovigilance.  
Analyser les étapes mises en jeu :

- signalement et enregistrement de tout effet indésirable

	<ul style="list-style-type: none"> <li>évaluation de la pertinence de l'information</li> <li>prise de mesures préventives ou correctives</li> </ul> Présenter une réalisation d'études concernant la sécurité d'emploi des produits cosmétiques
--	---

## Sécurité, innocuité du produit cosmétique

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

### CONTRÔLE DE LA QUALITÉ DES INGRÉDIENTS

<b>Analyse des produits entrants</b>	Mettre en œuvre des essais analytiques Réaliser une expertise de la qualité de la matière première, eau comprise Garantir la fiabilité des résultats
--------------------------------------	--

### ÉTUDE CLINIQUE DU PRODUIT COSMÉTIQUE

<b>Étude préclinique</b> Analyse microbiologique  Analyse du risque toxicologique d'un composant, d'un produit  Analyse de résultats	Mettre en œuvre des essais analytiques Contrôler le respect des normes en vigueur Réaliser une expertise des conditions de production, de conditionnement, de transport, de stockage Réaliser des essais in vitro : tests sur cultures cellulaires (kératinocytes...) ou explants cutanés et/ou muqueux Décrire les phénomènes toxicologiques (allergies, irritation, photosensibilisation, CMR...) Décrire les tests chimiques, biochimiques et biologiques in vitro mis en œuvre Dresser un profil toxicologique Proposer une conclusion (test par test et/ou globale) sur la qualité de l'échantillon (critères d'acceptabilité) et sa possible utilisation Garantir la fiabilité des résultats
<b>Étude clinique</b> Produit cosmétique et ingrédients Compléments alimentaires	Décrire les tests chimiques, biochimiques et biologiques in vivo mis en œuvre Réaliser des essais in vitro : tests sur explants cutanés, muqueux, oculaires, culture de « peau reconstruite » (analyse de résultats) Réaliser des essais in vivo : tests cutanés, muqueux, oculaires, capillaires Proposer une conclusion (test par test et/ou globale) sur la qualité de l'échantillon (critères d'acceptabilité) et sa possible utilisation Garantir la fiabilité des résultats

## Efficacité des produits cosmétiques

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

<p><b>Influence de la galénique sur la biodisponibilité</b></p> <p>Cosmétologie orale</p> <p>Synergie orale / topique</p> <p>Produit frontière</p> <p><b>Pharmacodynamie</b></p> <p>Mécanismes</p> <p>Récepteurs</p> <p>Messagers</p> <p><b>Tests instrumentaux</b></p> <p>Contrôles physicochimiques</p> <p><b>Test d'objectivation</b></p> <p>Biométrie cutanée</p> <p><b>Analyse sensorielle</b></p> <p>Descripteurs</p> <p>Étude comparative</p> <p>Validation au regard d'un <i>brief</i></p> <p>Définition de critères d'acceptabilité</p> <p>Constitution des dossiers</p> <p><b>Essais in vitro cellulaires et organotypiques</b></p> <p><b>Techniques analytiques</b></p> <p>Enzymologie</p> <p>Immunohistochimie</p> <p>Hormones</p> <p>Nutrition et devenir des aliments</p>	<p>Analyser les interactions des actifs et excipients avec la peau et les phanères.</p> <p>Évoquer :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• les formes « retard » (ou à effet prolongé)...</li> <li>• la notion de cosméceutique</li> </ul> <p>Analyser la place de la cosmétologie orale à travers l'étude d'articles scientifiques</p> <p>Formaliser une analyse critique de l'allégation d'efficacité d'un cosmétique orale en lien avec les sciences biologiques</p> <p>Mettre en évidence les éléments de la réponse pharmacodynamique.</p> <p>Aborder la notion de pharmacocinétique.</p> <p>Réaliser des tests d'hydratation, de matité, d'effet nourrissant, hydratant, de couleur, de fermeté, d'élasticité...</p> <p>Comprendre les différentes étapes de mise en œuvre de tests biométrie cutanée : constituer un panel ; choisir et/ou mettre au point une méthodologie ; élaborer un questionnaire ; exploiter des résultats ; rédiger un rapport</p> <p>Réaliser des essais in vivo : tests cutanés, muqueux, oculaires, capillaires</p> <p>Mettre en relation les caractères organoleptiques d'un produit et ses caractéristiques physicochimiques</p> <p>Réaliser des analyses organoleptiques en conditions professionnelles</p> <p>Acquérir des références organoleptiques</p> <p>Choisir les descripteurs adaptés</p> <p>Établir un profil sensoriel. Utiliser un logiciel d'exploitation de résultats</p> <p>Mentionner le rôle actuel et en devenir des essais in vitro</p> <p>Étudier des protocoles de test</p> <p>Mettre en œuvre des essais in vitro</p> <p>Choisir une méthode d'essais en fonction du produit, de la législation...</p> <p>Mettre en œuvre les outils de l'analyse in vivo et in vitro</p> <p>Exploiter des résultats, des documents</p> <p>Distinguer médiateurs solubles, récepteurs membranaires et intracellulaires</p> <p>Mettre en perspective les apports de la métabolomique</p>
---	---

<b>Systeme nerveux</b>	Décrire les fonctions sensorielles, établir le lien avec l'analyse sensorielle
------------------------	--

## Conception - Élaboration – Production

Connaissances	Commentaires
<b>VIE DU PRODUIT COSMÉTIQUE</b>	
<b>De la conception à la distribution</b>	<p>Présenter les éléments déterminants du processus de création</p> <p>Évoquer l'intervention fréquente de la sous-traitance</p> <p>Appréhender les différents acteurs du conditionnement (cartonniers, verriers...)</p> <p>Prendre en compte la logistique de la distribution</p>
<b>INGRÉDIENTS</b>	
<p><b>Les molécules du produit cosmétique</b></p> <p>Classification</p> <p>Obtention</p> <p>Contrôle</p>	<p>Présenter et/ou regrouper les différentes molécules selon :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• leurs origines ;</li> <li>• leurs structures et/ou leurs compositions ;</li> <li>• leurs propriétés communes et spécifiques ;</li> <li>• leurs modalités d'utilisation et leurs éventuelles interactions ;</li> <li>• leurs modalités d'obtention.</li> </ul> <p>Aborder une classification du monde végétal fondée sur une propriété d'intérêt en cosmétologie</p> <p>Aborder succinctement les produits génétiquement modifiés</p> <p>Réaliser une diagnose des matières à mettre en œuvre</p> <p>Présenter les différentes méthodes d'extraction, de purification, d'analyse qualitative à partir d'exemples</p>
<b>FORMULATION - FABRICATION - TRANSPOSITION INDUSTRIELLE</b>	
<p><b>Les Bonnes Pratiques de Formulation</b></p> <p><b>Les Bonnes Pratiques de Fabrication</b></p> <p>Échelle du laboratoire</p> <p>Échelle pilote (préindustrielle)</p> <p>Échelle industrielle</p>	<p>Analyser les méthodes et étapes de la formulation</p> <p>Analyser les contraintes de changements d'échelles</p>
<b>CONTRÔLES (INGRÉDIENTS, PRODUITS, PROCESS, CONDITIONNEMENT)</b>	
<p><b>Contrôles</b></p> <p>Paramètres</p> <p>Méthodes</p> <p>Techniques</p> <p><b>Adéquation contenant / produit</b></p>	<p>Présenter la chronologie des contrôles</p> <p>Présenter les appareils indispensables (pH-mètre, viscosimètre à mobile tournant, microscope optique, colorimètre de surface, centrifugeuse, étuve, appareil à détermination du point de rupture, du point de goutte, balance analytique...)</p> <p>Appréhender :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la fonctionnalité contenant / contenu (caractéristiques des principaux matériaux)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>le packaging (aspect esthétique et ergonomique ; lien marketing ; impact environnemental - développement durable)</li> </ul> <p>Insister :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>sur les incompatibilités possibles produit / matériau</li> <li>sur les nouvelles formes, leurs inconvénients et leurs avantages</li> </ul> <p>Sensibiliser aux réglementations selon les pays (interdiction de certains matériaux...)</p>
--	--

## Techniques cosmétiques

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

FABRICATION	
<p><b>Techniques</b></p> <p>Matériel et équipements</p> <p>Normes</p>	<p>Mettre en œuvre des techniques de fabrication pour les formes cosmétologiques suivantes (formes moussantes ou non-moussantes) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>émulsion,</li> <li>lotion,</li> <li>gel,</li> <li>solution,</li> <li>pâte,</li> <li>stick,</li> <li>nanodispersion (liposomes, nanoparticules, nanoencapsulation)</li> </ul>
<p><b>Contrôles dans un contexte de démarche qualité</b></p>	<p>Mettre en œuvre des contrôles d'ingrédients, de produits et de méthodes (échelles laboratoire, pilote et production)</p> <p>Réaliser des prélèvements</p> <p>Enregistrer des prélèvements</p> <p>Assurer le suivi des prélèvements</p> <p>Réaliser les contrôles prévus</p>

## Fondements physico-chimiques de la cosmétologie

Connaissances	Commentaires
---------------	--------------

COLORIMÉTRIE, MATIÈRES COLORÉES	
<p>Couleur ; brillance, espace L*a*b*</p>	<p>Calculer la saturation. Analyser les utilisations du cercle L*a*b* en cosmétologie</p>
<p>Appareil de mesure couleur</p>	<p>Présenter l'angle typologique individuel (ITA)</p> <p>Savoir utiliser un colorimètre ou spectrocolorimètre de surface</p>
<p>Colorants, pigments</p>	<p>Connaître et savoir repérer les doubles liaisons en</p>



Molécules organiques colorées	position conjuguée ; établir le lien entre structure moléculaire et caractère coloré
<b>RHÉOLOGIE</b>	
Viscosité : définitions, unités, paramètres Loi de Stokes Mesure du coefficient de viscosité Thixotropie Consistance d'un produit	Citer des applications en cosmétologie Définir les viscosités dynamique et cinématique Analyser des rhéogrammes Savoir faire une corrélation entre les propriétés rhéologiques et les caractéristiques sensorielles d'un produit Expliquer l'utilisation de ces mesures en cosmétologie Savoir exploiter un document ; connaître la notion de galénique ; citer des excipients couramment utilisés
<b>SOLUBILITÉ</b>	
Définition, facteurs influençant la solubilité Produit de solubilité Coefficient de partage	Exploiter des abaques ou des graphiques... Présenter des applications dans le domaine cosmétique : formulation, extraction...
<b>ANTIOXYDANTS</b>	
Couple oxydant-réducteur, potentiels standards d'oxydoréduction Établissement de l'équation chimique d'une réaction d'oxydoréduction. Un exemple d'oxydant : l'oxygène Radicaux libres Le peroxyde d'hydrogène (l'eau oxygénée) : dosage, titre en volume Mécanismes d'action d'un antioxydant	Citer des utilisations en cosmétologie  Connaître les conditions d'emploi et de stockage  Se limiter aux antioxydants utilisés en cosmétologie
<b>MACROMOLECULES</b>	
Gélifiants : nature chimique, classification, propriétés, facteurs de modification Filmogènes Matières plastiques et fibres synthétiques : polyaddition, polycondensation	Connaître les avantages et les inconvénients des matières plastiques, en se limitant au domaine professionnel Connaître l'impact sur l'environnement
<b>OPTIQUE</b>	
Nature corpusculaire et ondulatoire de la lumière Réflexion, réfraction Diffraction Polarisation Interférences	Citer et décrire des applications en cosmétologie  Connaître les lois de Descartes

# ACTIONS PROFESSIONNELLES

## 1. Objectifs

Les actions développées pendant le temps de formation permettent aux étudiants :

- de conforter leur orientation professionnelle,
- de développer l'esprit d'équipe, l'initiative, l'autonomie et le sens des responsabilités.

Elles permettent de mettre en œuvre les compétences du référentiel du BTS « Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie » par l'implication dans des actions, qui ont pour objectif d'appréhender un problème ou une situation sous ses aspects professionnels, dans des contextes régionaux, nationaux, européens, internationaux.

Elles se concrétisent par un ensemble d'activités réalisées par l'étudiant dans le cadre de situations professionnelles.

### Les actions d'analyse à visée professionnelle (en 1<sup>ère</sup> année)

Elles permettent aux étudiants :

- de mobiliser les savoirs associés pour interroger, comprendre et/ou analyser la réalité de terrain : investigation, méthodes de recueil au niveau local et régional ;
- de connaître le tissu loco-régional et le milieu professionnel, en particulier dans la perspective des recherches de stage ;
- de mettre en œuvre des projets par groupes d'étudiants en réponse à des besoins repérés localement ou à l'issue d'investigations personnelles ;
- de conduire un travail en équipe.

### Les actions de synthèse à visée professionnelle (en 2<sup>ème</sup> année)

Elles permettent aux étudiants :

- de mobiliser les savoirs associés de l'option pour réaliser tout ou partie d'un projet relatif à :
  - la gestion d'une entreprise,
  - la communication externe ou interne de l'entreprise et à son rayonnement,
  - la création, diffusion d'un produit, l'utilisation de matériels... ;
- d'appréhender la démarche pluriprofessionnelle du travail de terrain ;
- d'intégrer au projet une dimension européenne et/ou internationale.

Traitées en pleine responsabilité et de façon individuelle par l'étudiant, ces actions pourront avoir un caractère opérationnel selon la nature du projet.

Une action professionnelle s'inscrivant dans un contexte international sera privilégiée.

Quelques exemples :

- Veille informationnelle dans un service export
- Réalisation d'une revue de presse sur concurrents européens
- Conception d'une plaquette d'entreprise pour les visiteurs étrangers
- Organisation d'un événement à l'étranger
- Participation à l'accueil de clients/fournisseurs étrangers
- Étude de la conformité des pratiques avec la réglementation
- Organisation d'un événement de communication interne/externe
- Prise en charge de la parution d'un « flash » d'information
- Promotion de l'image de la marque, de l'entreprise

## 2. Modalités

Les actions professionnelles sont réalisées dans le cadre de l'horaire dédié. Les séances consacrées aux actions professionnelles se déroulent de préférence sur des demi-journées pour un volume global de 90 heures sur les deux années de formation (l'horaire hebdomadaire est de 1,5 h).

L'équipe pédagogique accompagne l'étudiant, dans la conception et la mise en œuvre des actions professionnelles. L'étudiant est autonome dans la conduite et la restitution écrite de son travail.

Une présentation des actions professionnelles figure dans le portfolio.

Dans la perspective d'une mutualisation des expériences, des vécus, des observations, des analyses, une présentation orale des actions professionnelles conduites peut être envisagée par l'équipe pédagogique.

## Évaluations des productions

L'évaluation des actions professionnelles donne lieu à une mention en première et en seconde année dans le livret scolaire.

### Le portfolio

Le portfolio est conçu par chaque étudiant en autonomie. Il est un instrument destiné à démontrer ou témoigner des étapes de son développement professionnel. L'étudiant choisit des productions pertinentes. Il doit être en mesure de justifier sa sélection.

#### 1. Objectifs

Ce document est destiné au suivi du parcours de formation de l'étudiant et à la capitalisation des compétences acquises pour l'obtention du diplôme. Il fait le lien entre :

- les temps de formation en établissement,
- les temps de formation en stage.

Les objectifs principaux de cet outil sont :

- de favoriser une analyse par l'étudiant de sa pratique qui conduit à la professionnalisation,
- de permettre au(x) formateur(s) intervenant dans son parcours de formation et au tuteur de stage de coordonner leurs interventions,
- de positionner ce que l'étudiant a appris au regard de ce qui sera exigé en terme de niveau en fin de formation.

C'est un outil de lisibilité et un guide pour le tuteur, les formateurs, les professionnels qui encadrent en proximité. Ainsi ce portfolio rend compte de l'analyse réflexive de l'étudiant sur sa progression et l'atteinte des objectifs de formation lors des stages et des actions professionnelles, éventuellement enrichie de l'appréciation du tuteur et du référent de stage.

#### 2. Éléments de contenu

La présentation et la rédaction sont libres laissées au choix de l'étudiant. Il est construit de façon à ce que l'étudiant mette en évidence son parcours d'acquisition des compétences, en s'appuyant sur :

- une présentation des actions professionnelles réalisées : projet, étude...
- un bilan des TPP mis en œuvre
- une synthèse des acquisitions des compétences en stage
- toute activité qu'il a pu conduire de manière individuelle en lien avec le champ du diplôme
- toute implication dans le cadre de projet d'établissement en lien avec les métiers de la cosmétique et de l'esthétique

À l'issue de la formation, les livrets de stage peuvent être annexés au portfolio ainsi que les productions écrites issues des stages. Le portfolio peut devenir un outil lors de la recherche d'un premier emploi ou la poursuite d'études.

Chaque établissement peut choisir une forme particulière pour ce portfolio.

## TRAVAUX PRATIQUES PLURIDIMENSIONNELS (TPP)

Ils sont instaurés en 2<sup>ème</sup> année, dans le cadre de **chaque option** : management, formation - marque(s) et cosmétologie.

Leur objectif est de mobiliser les composantes scientifique, technique, économique, commerciale, artistique, psychologique... de l'expertise professionnelle dans une situation contextualisée intégrant les trois dimensions : être humain, produit et technique.

Les équipes pédagogiques proposent des thèmes qui, s'ancrant dans une situation professionnelle, mobilisent plusieurs disciplines et introduisent, **quelle que soit l'option**, des méthodes et techniques esthétiques. Les activités proposées s'inscrivent dans une démarche de projet et proposent, pour un contexte professionnel donné, une question, un problème, l'analyse d'un besoin, une commande...

Les TPP mettent en œuvre des étapes :

- d'observation,
- d'analyse,
- d'expérimentation et/ou de fabrication,
- de comparaison,
- d'évaluation...

Pour proposer :

- des hypothèses de travail,
- des solutions,
- des réponses et/ou réalisations...

Les acquis de première année sont mobilisés lors des TPP.

Un même thème sera étudié sur une durée déterminée par l'équipe pédagogique. Au cours de l'année scolaire deux TPP au moins seront mis en œuvre.

Les séances de TP réalisées en groupe d'étudiants (2 à 4) développent une approche pratique, expérimentale, comparative, interdisciplinaire, dans le centre de formation ou dans un lieu délocalisé. Elles conduisent à une réalisation pratique, à la mise en œuvre de techniques, à la présentation de comptes rendus, d'argumentations.

Les compétences liées à la technicité sont évaluées.

L'évaluation d'un ou de plusieurs TPP aura lieu durant l'année scolaire.

L'utilisation de technologies de l'information et de la communication est particulièrement adaptée à cette activité.

À titre indicatif, quelques exemples de thèmes qui seront exploités différemment selon la ou les option(s) :

- la démarche qualité,
- la pertinence d'un investissement,
- la conception et/ou la réalisation et/ou l'évaluation et/ou le lancement d'une nouvelle gamme de produits, d'un service,
- la conception d'un groupe de compétences de formation...

Une demi-journée en deuxième année est consacrée aux travaux pratiques multidimensionnels soit 4 heures hebdomadaires consécutives.

La globalisation de ces horaires doit permettre l'intervention des enseignants sur ce créneau commun d'une demi-journée.

## Option MANAGEMENT

<b>discipline</b> <b>Horaire</b>	<b>Techniques esthétiques</b>	<b>Économie - gestion</b>	<b>Langue vivante A</b>	<b>Arts appliqués</b>
Hebdomadaire	1,5	1,5	0,5	0,5
Annualisé	42	42	14	14
Organisation	Bloc commun hebdomadaire de 4 heures en seconde année de formation			

## Option FORMATION - MARQUES

<b>discipline</b> <b>Horaire</b>	<b>Techniques esthétiques</b>	<b>Économie - gestion</b>	<b>Langue vivante A</b>	<b>Arts appliqués</b>
Hebdomadaire	1,5	1	1	0,5
Annualisé	42	28	28	14
Organisation	Bloc commun hebdomadaire de 4 heures en seconde année de formation			

## Option COSMÉTOLOGIE

<b>discipline</b> <b>Horaire</b>	<b>Techniques esthétiques</b>	<b>Cosmétologie</b>	<b>Sciences physiques et chimiques</b>	<b>Langue vivante A</b>
Hebdomadaire	1,5	1,5	0,5	0,5
Annualisé	42	42	14	14
Organisation	Bloc commun hebdomadaire de 4 heures en seconde année de formation			

## ANNEXE II

### STAGES EN MILIEU PROFESSIONNEL

Au cours des deux années de formation, les étudiants doivent réaliser deux stages d'une durée globale de 11 à 12 semaines.

Les stages doivent placer les étudiants en situation d'exercer les activités décrites dans le référentiel.

Ils permettent une capitalisation d'expériences professionnelles qui favorisent la construction du projet personnel et professionnel de l'étudiant.

Les stages sont des lieux d'acquisition de savoirs et de compétences.

L'implication de l'étudiant, de l'entreprise et de l'équipe pédagogique est garante de la qualité du stage :

- l'étudiant choisit l'entreprise en fonction de son projet professionnel, puis définit avec l'entreprise et l'équipe pédagogique les objectifs et la nature de ses activités, son degré d'autonomie ;
- l'entreprise d'accueil propose des activités en adéquation avec le niveau d'exigence du diplôme et s'engage sur l'accompagnement effectif par le maître de stage ;
- l'équipe pédagogique encadre, conseille le stagiaire, met en cohérence et articule les différentes modalités d'appropriation des compétences et des savoirs.

#### 1. Objectifs des stages

Les stages doivent permettre à l'étudiant d'acquérir et/ou d'approfondir ses compétences professionnelles en situation réelle de travail et doivent le conduire à :

- appréhender la réalité et la diversité du milieu professionnel, la réalité du métier dans ses dimensions managériales, partenariales, techniques et relationnelles ;
- analyser :
  - les caractéristiques d'une entreprise du secteur et de son environnement dans ses différentes dimensions, culturelles, organisationnelles, internationales...
  - les services proposés par l'entreprise et contribuer à leur mise en œuvre ;
- réaliser des activités mobilisant les compétences du référentiel dans un cadre opérationnel.

#### 2. Lieux des stages

Les stages se déroulent notamment dans les structures, relevant des secteurs d'activités du technicien supérieur en « Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie » :

- instituts, SPA, centre de bien-être ;
- entreprises de distribution : parfumeries, parapharmacie, grands magasins... ;
- entreprises de fabrication et de distribution de produits cosmétiques et de matériels professionnels ;
- laboratoires de recherche et développement ;
- laboratoires d'analyse sensorielle ;
- entreprises chargées d'évaluation cosmétique.

#### 3. Modalités d'organisation

Le stage de 1<sup>ère</sup> année n'est pas nécessairement en lien avec l'option choisie.

Le stage de 2<sup>ème</sup> année est obligatoirement en lien avec l'option choisie et sert de support à l'épreuve « E6 - soutenance du projet ».

### 3.1. Voie scolaire

#### Périodes de stage

Les 11 à 12 semaines de stage se répartissent de la façon suivante :

- 1<sup>ère</sup> année : 4 à 5 semaines consécutives de stage situées en fin d'année scolaire ;
- 2<sup>ème</sup> année : 7 semaines consécutives de stage situées entre novembre et mars.

Ces périodes peuvent inclure des semaines de vacances scolaires. Dans le cas d'un prolongement sur la période de vacances scolaires, la convention de stage avec l'entreprise en précisera les modalités, plus particulièrement en termes de suivi pédagogique.

## **Encadrement du stagiaire**

Pour chaque stage, les objectifs et les activités sont déterminés et contractualisés entre l'étudiant, les professionnels de l'entreprise et l'équipe enseignante.

L'équipe pédagogique est chargée d'assurer le suivi et l'encadrement de chaque étudiant. Un professeur tuteur suit un ou plusieurs stagiaire(s).

Une étroite collaboration avec les maîtres de stage est nécessaire. Elle prend la forme de visites sur le terrain qui permettent d'apprécier le travail effectué et l'implication de l'étudiant.

Un livret de stage indique pour chaque stage :

- l'entreprise d'accueil, ainsi que ses caractéristiques,
- la durée du stage,
- le projet de stage (soit les objectifs en lien avec les activités et les compétences),
- les activités réalisées,
- les compétences évaluées.
- l'appréciation portée par le maître de stage

Le livret de stage doit être mis à disposition des examinateurs de l'épreuve E6.

### **3.2. Voie de l'apprentissage**

Pour les apprentis, les certificats de stage sont remplacés par la photocopie du contrat de travail ou par une attestation de l'employeur confirmant le statut du candidat comme apprenti dans son entreprise.

Les objectifs pédagogiques sont identiques à ceux établis pour les candidats en voie scolaire.

L'ensemble des documents doit être mis à disposition des examinateurs de l'épreuve E6.

### **3.3. Voie de la formation continue**

#### **Candidats en situation de première formation ou de reconversion**

Les modalités et les objectifs des stages sont identiques à celles de la voie scolaire.

#### **Candidats en situation de perfectionnement**

Les certificats de stage peuvent être remplacés par un ou plusieurs certificats de travail attestant que l'intéressé a occupé, en qualité de salarié à temps plein pendant six mois, au cours de l'année précédente, des fonctions en relation avec la finalité du BTS.

Ces candidats doivent fournir un rapport d'activités professionnelles (10 pages, hors annexe) au sein duquel ils détaillent une activité de leur choix. Ce document constitue le support de l'évaluation pour l'épreuve de soutenance de projet.

L'ensemble des documents doit être mis à disposition des examinateurs de l'épreuve E6.

### **3.4. Cas des candidats relevant de la formation à distance**

Ces candidats relèvent, selon leur statut (voie scolaire, apprentissage, formation continue) de l'un des cas précédents.

### **3.5. Cas des candidats se présentant au titre de leur expérience professionnelle**

Les certificats de stage sont remplacés par un ou plusieurs certificats de travail justifiant de la nature et de la durée de l'emploi occupé.

Ces candidats doivent fournir un rapport d'activités professionnelles (10 pages maximum, hors annexe) qui constitue le support de l'évaluation de l'épreuve de soutenance de projet.

L'ensemble des documents doit être mis à disposition des examinateurs de l'épreuve E6.

#### **4. Productions à l'issue des stages**

À l'issue du stage de première année, l'étudiant élabore un rapport de 4 pages centré sur l'analyse précise d'une activité, correspondant à un ou des objectifs retenus. Ce rapport peut être adjoint au portfolio et peut donner lieu à évaluation par le professeur tuteur.

À l'issue du stage de seconde année, l'étudiant rédige une note de synthèse (10 pages maximum, hors annexe). Cette note présente le contexte professionnel cadre du projet et rend compte de ce projet mené au cours du stage : à partir d'une situation professionnelle et d'un besoin clairement identifié, il s'agit de mener une étude conduisant à l'élaboration de tout ou partie d'un projet d'organisation, de fonctionnement, d'action.

L'épreuve E6 correspond à la soutenance du projet.



## ANNEXE III

Horaires hebdomadaires - 1<sup>ère</sup> année

Groupe de compétences	Enseignements	Total horaire annuel*	cours	TD	TP
<b>CC1 PRESTATIONS ET SERVICES</b> 512 heures	Conception et mise en œuvre de techniques esthétiques	224	0	-	7
	Environnement esthétique	32	1	-	0
	Physique appliquée	32	0,5	0,5	-
	Chimie appliquée	32	0,5	-	0,5
	Le produit cosmétique	96	2	1	-
	Biologie appliquée	96	2	-	1
<b>CC2 COMMUNICATION PROFESSIONNELLE</b> 240 heures	Méthodes et moyens de communication	80	1,5	1	-
	Promotion et communication commerciale	64	0,5 -	-	1,5
	Langue vivante 1	64	-	2	-
	Langue vivante 2	32	-	1	-
<b>CC3 ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL</b> 128 heures	Culture économique, juridique et managériale	48	1,5	-	-
	Environnement de travail : un outil stratégique	80	1,5	1	-
<b>Actions professionnelles</b>		48	-	1,5	-
<b>TOTAL</b>		928		29	
<b>Stages 4 semaines</b>		140			
<b>TOTAL HORAIRE ÉTUDIANT</b>		1068**			

\* à titre indicatif

\*\* pour une durée de stage de 4 semaines

Horaires hebdomadaires - 2<sup>ème</sup> année - Option MANAGEMENT

Groupe de compétences	Enseignements	Total horaire annuel*	cours	TD	TP
<b>CS1 MANAGEMENT</b> 798 heures	Conception et mise en œuvre de techniques esthétiques	56	-		2
	Management des équipes	104	2	2	-
	Management de l'entité commerciale	196	3,5	3,5	-
	Cadre scientifique et technologique	84	2	-	1
	Mise en valeur de produits et de services et communication publicitaire	84	1	-	2
	Langue vivante 1	84	-	3	-
	Langue vivante 2**	-	-	(2)*	-
	Actions professionnelles	42	-	1,5	-
	Travaux pratiques pluridimensionnels	140	-	-	5
<b>Stages</b>	7 semaines	245	-	-	-
<b>TOTAL HORAIRE ÉTUDIANTS</b>		1043	28,5		

\* à titre indicatif

\*\*la langue vivante étrangère B facultative est différente de la langue vivante étrangère A.

**Travaux pratiques pluridimensionnels**

discipline Horaire	Techniques esthétiques	Économie - gestion	Langue vivante A	Arts appliqués
Hebdomadaire	2,5	1,5	0,5	0,5
Annualisé	70	42	14	14
Organisation	Bloc commun hebdomadaire de 5 heures en seconde année de formation			

Horaires hebdomadaires - 2<sup>ème</sup> année - Option FORMATION - MARQUE(S)

Groupe de compétences	Enseignements	Total horaire annuel*	cours	TD	TP
<b>CS2 FORMATION - MARQUES(S)</b> 798 heures	Techniques de formation, d'animation de promotion	84	0,5	2,5	-
	Techniques de négociation relation client	84	-	3	-
	Gestion commerciale	84	2	1	-
	Technologies commerciales	84	1	-	2
	Évolution de l'environnement professionnel	112	2	2	
	Image et mise en scène de la marque	28	-	1	-
	Langue vivante 1	84	-	3	-
	Langue vivante 2	56	-	2	-
	Actions professionnelles	42	-	1,5	-
	Travaux pratiques pluridimensionnels	140	-	-	5
<b>Stages</b>	7 semaines	245	-	-	-
<b>TOTAL HORAIRE ÉTUDIANTS</b>		1043		28,5	

\* à titre indicatif

**Travaux pratiques pluridimensionnels**

discipline Horaire	Techniques esthétiques	Économie - gestion	Langue vivante A	Arts appliqués
Hebdomadaire	2,5	1	1	0,5
Annualisé	70	28	28	14
Organisation	Bloc commun hebdomadaire de 5 heures en seconde année de formation			

Horaires hebdomadaires - 2<sup>ème</sup> année - Option COSMÉTOLOGIE

Groupe de compétences	Enseignements	Total horaire annuel*	cours	TD	TP
<b>CS3 COSMÉTOLOGIE</b> 770 798 heures	Documentation réglementation expertise cosmétovigilance	56	1	1	-
	Sécurité innocuité du produit cosmétique Efficacité des produits cosmétiques	112	2	2	-
	Conception, élaboration, production	140	2	3	-
	Techniques cosmétiques	112		-	4
	Fondements physico chimiques de la cosmétologie	112	2	2	-
	Langue vivante 1	84	-	3	-
	Langue vivante 2**		-	(2)*	-
	Actions professionnelles	42	-	1,5	-
	Travaux pratiques pluridimensionnels	140	-	-	5
<b>Stages</b>	7 semaines	245	-	-	-
<b>TOTAL HORAIRE ÉTUDIANTS</b>		1043		28,5	

\* à titre indicatif

\*\*la langue vivante étrangère 2 facultative est différente de la langue vivante étrangère A.

**Travaux pratiques pluridimensionnels**

discipline Horaire	Techniques esthétiques	Cosmétologie	Sciences physiques et chimiques	Langue vivante A
Hebdomadaire	2,5	1,5	0,5	0,5
Annualisé	70	42	14	14
Organisation	Bloc commun hebdomadaire de 5 heures en seconde année de formation			

Tableaux de correspondance « compétences vs unités de certification »

Pour les épreuves et sous épreuves communes

Compétences \ Unités	C1										C2							C3						
	C111	C112	C113	C114	C115	C121	C122	C131	C132	C133	C211	C212	C213	C221	C222	C223	C224	C311	C312	C321	C322	C331	C332	
U2											x			x	x		x						x	x
U3			x			x										x		x	x		x			
U41	x	x		x	x			x	x	x														
U6							x					x	x							x				

Pour les épreuves spécifiques :

MANAGEMENT											
Compétences	S111	S112	S113	S114	S115	S121	S122	S123	S131	S132	S133
U42	x	x	x	x	x						
U5						x	x	x			
U6									x	x	x

FORMATION - MARQUES										
Compétences	S211	S212	S213	S214	S221	S222	S223	S231	S232	S233
U42	x	x	x	x						
U5					x	x	x			
U6								x	x	x

COSMÉTOLOGIE																	
Compétences	S311	S312	S313	S314	S315	S321	S322	S323	S324	S325	S331	S332	S333	S341	S342	S343	S344
U42		x				x	x				x	x	x		x		
U5	x		x		x								x			x	
U6				x				x	x	x				x			x

## ANNEXE IV

### RÈGLEMENT D'EXAMEN

**BTS « Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie »**

			Voie scolaire dans un établissement public ou privé sous contrat, voie de formation professionnelle continue dans un établissement public habilité, voie de l'apprentissage dans un établissement habilité			Formation professionnelle continue dans un établissement public habilité			Voie scolaire dans un établissement privé hors contrat, voie professionnelle continue dans un établissement non habilité, voie de l'apprentissage dans un établissement public non habilité ou une section d'apprentissage non habilitée, voie de l'enseignement à distance
Épreuves		Coeff	Forme	Durée	Forme	Durée	Forme	Durée	
E1 Langue vivante étrangère A	U1	2	CCF	2 situations d'évaluation	CCF		Ponctuelle orale	30 min 15 min	
E2 Environnement professionnel Commune aux trois options	U2	3	Ponctuelle Écrite	3 h	CCF 1 situation d'évaluation		Ponctuelle écrite	3 h	
E3 Environnement scientifique et technologique Commune aux trois options	U3	4	CCF	1 situation d'évaluation	CCF 1 situation d'évaluation		Ponctuelle écrite	4 h	
E4 Épreuve professionnelle		(10)					Ponctuelle Pratique	6 h	
Sous épreuve : Techniques professionnelles Commune aux trois options	U41	6	CCF	1 situation d'évaluation	CCF	1 situation d'évaluation	Ponctuelle Pratique	3 h	
Sous épreuve : Mise en œuvre opérationnelle Spécifique de chaque option	U42	4	CCF	1 situation d'évaluation	CCF	1 situation d'évaluation	Ponctuelle Pratique	3 h	
E5 Conseil et expertise scientifiques et technologiques Spécifique de chaque option	U5	4	Ponctuelle Écrite	4 h	Ponctuelle Écrite	4 h	Ponctuelle Écrite	4 h	
E6 Soutenance du projet Commune aux options management et cosmétologie ; spécifique de l'option formation - marques	U6	5	Ponctuelle Orale	40 min	CCF	1 situation d'évaluation	Ponctuelle Orale	40 min	
Épreuve facultative Langue vivante : LVE.B	UF1		Orale	20 min	Orale	20 min	Orale	20 min	

## ANNEXE V

### DÉFINITION DES ÉPREUVES

#### E1 – Langue vivante étrangère (LVE) U1

Liste des langues autorisées : anglais, allemand, arabe, chinois, espagnol, italien, portugais, russe.

#### Finalités et objectifs

L'épreuve a pour but d'évaluer **au niveau B2** les activités langagières suivantes :

- compréhension de l'oral
- production et interaction orales

#### Contrôle en cours de formation

Deux situations d'évaluation de poids équivalent

##### Première situation d'évaluation

**Évaluation de la compréhension de l'oral : durée 30 minutes maximum sans préparation, au cours du deuxième trimestre de la deuxième année.**

##### Organisation de l'épreuve

Les enseignants organisent cette situation d'évaluation au cours du deuxième trimestre, au moment où ils jugent que les étudiants sont prêts et sur des supports qu'ils sélectionnent. Cette situation d'évaluation est organisée formellement pour chaque étudiant ou pour un groupe d'étudiants selon le rythme d'acquisition en tout état de cause avant la fin du second trimestre. Les notes obtenues ne sont pas communiquées aux étudiants et aucun rattrapage n'est prévu.

##### Déroulement de l'épreuve

Le titre de l'enregistrement est communiqué au candidat. On veillera à ce qu'il ne présente pas de difficulté particulière.

Trois écoutes espacées de 2 minutes d'un document audio ou vidéo dont le candidat rendra compte par écrit ou oralement en français.

##### Longueur des enregistrements

La durée de l'enregistrement n'excèdera pas trois minutes maximum. Le recours à des documents authentiques nécessite parfois de sélectionner des extraits un peu plus longs (d'où la limite supérieure fixée à 3 minutes) afin de ne pas procéder à la coupure de certains éléments qui facilitent la compréhension plus qu'ils ne la compliquent.

Le professeur peut également choisir d'évaluer les étudiants à partir de deux documents. Dans ce cas, la longueur n'excèdera pas 3 minutes pour les deux documents et on veillera à ce qu'ils soient de nature différente : dialogue et monologue.

##### Nature des supports

Les documents enregistrés, audio ou vidéo, seront de nature à intéresser un étudiant en STS sans toutefois présenter une technicité excessive. On peut citer, à titre d'exemple, les documents relatifs à l'emploi (recherche, recrutement, relations professionnelles, etc.), à la sécurité et à la santé au travail, à la vie en entreprise; à la formation professionnelle, à la prise en compte par l'industrie des questions relatives à l'environnement, au développement durable etc. Il pourra s'agir de monologues, dialogues, discours, discussions, émissions de radio, extraits de documentaires, de films, de journaux télévisés.

##### **Il ne s'agira en aucune façon d'écrit oralisé ni d'enregistrements issus de manuels.**

On évitera les articles de presse ou tout autre document conçu pour être lu. En effet, ces derniers, parce qu'ils sont rédigés dans une langue écrite, compliquent considérablement la tâche de l'auditeur. De plus, la compréhension d'un article enregistré ne correspond à aucune situation dans la vie professionnelle.

## **Seconde situation d'évaluation**

**Évaluation de la production orale en continu et de l'interaction au cours du deuxième et du troisième trimestre de la deuxième année (durée 15 minutes maximum + 30 minutes de préparation maximum)**

**1. Expression orale en continu : présentation personnelle du candidat, et présentation des documents qui lui auront été remis en loge (5 minutes environ)**

Cette épreuve prend appui sur deux ou trois documents textuels et iconographiques appropriés illustrant un thème adapté pour des sections industrielles. La totalité des documents écrits, y compris les textes accompagnant les documents iconographiques (légende de photos ou de dessins, slogans de publicités etc.) n'excédera pas 250 mots. Les documents iconographiques ne représenteront au plus qu'un tiers du dossier.

Le candidat enchaînera brève présentation personnelle (une ou deux minutes environ) et présentation structurée des documents (trois ou quatre minutes environ) en mettant en évidence le thème qu'ils illustrent et en soulignant les points importants et les détails pertinents (cf. définition du niveau B2 Cadre européen commun de référence pour la production orale en continu). Cette partie de l'épreuve durera 5 minutes environ

**2. Expression orale en interaction (10 minutes environ) :**

Au cours de l'entretien qui suivra, l'examineur s'attachera à permettre au candidat de préciser certains points, d'en aborder d'autres qu'il aurait omis. Cette partie de l'épreuve durera 10 minutes environ.

## **Épreuve ponctuelle**

Les modalités de passation de l'épreuve, la définition de la longueur des enregistrements et de la nature des supports pour la compréhension de l'oral ainsi que le coefficient sont identiques à ceux du contrôle en cours de formation.

**Compréhension de l'oral** : 30 minutes sans préparation

Modalités : Cf. Première situation d'évaluation du CCF.

**Expression orale en continu et en interaction** : 15 minutes assorties d'un temps de préparation de 30 minutes. Cf. Deuxième situation d'évaluation du CCF.



## E2 - Environnement professionnel

### Finalité et objectifs

L'épreuve a pour but de vérifier :

- la capacité à appréhender un contexte professionnel,
- les connaissances relatives aux entités commerciales du secteur,
- l'aptitude à concevoir une adaptation à un contexte défini.

### Contenu

L'épreuve « Environnement professionnel » permet d'évaluer tout ou partie des compétences du groupe de compétences communes suivantes :

E2	<p>C2.1.1. Caractériser la situation donnée C2.2.1. Promouvoir l'image, les valeurs, la stratégie de la marque, de l'entreprise C2.2.2. Communiquer à l'écrit et à l'oral C2.2.4. Evaluer l'efficacité de la communication, proposer des actions correctives C3.3.1. Analyser le contexte professionnel local, européen... en vue d'adaptation, d'évolution C3.3.2. Mettre en place un travail en synergie avec le personnel de l'entreprise et avec d'autres professionnels</p> <p><b>Toutes les compétences du groupe de compétences communes peuvent être mobilisées en particulier :</b></p> <p>C1.1.1. Identifier les besoins et les attentes des publics</p>
----	--

Les savoirs associés suivants peuvent être mobilisés et évalués :

- Environnement esthétique ;
- Méthodes et moyens de communication ;
- Promotion et communication commerciale ;
- Culture économique juridique et managériale ;
- Environnement de travail : un outil stratégique.

Les savoirs associés « Conception et mise en œuvre de techniques esthétiques » peuvent être mobilisés

### Critères de l'évaluation

L'évaluation porte essentiellement sur :

- l'aptitude à exploiter des documents, à élaborer des supports d'information, à justifier des choix technologiques ;
- les connaissances nécessaires à la compréhension des comportements, des pratiques liés à l'environnement professionnel ;
- l'aptitude à dégager les composantes d'une situation, à les situer dans leur contexte et à les gérer de façon rigoureuse et scientifique ;
- la capacité à réaliser des contenus, à analyser et interpréter des résultats obtenus ;
- la maîtrise de la méthodologie de projet.

### Modalités de l'évaluation

#### Forme ponctuelle

Épreuve écrite

Durée : 3 heures

Coefficient 3

À partir d'une situation professionnelle donnée, il est notamment demandé aux candidats :

- d'identifier et d'analyser les différents aspects du problème posé ;
- de présenter les réponses existantes ou possibles qui prennent en compte l'environnement professionnel, ses richesses et ses contraintes.

### **Contrôle en cours de formation**

Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation organisée dans l'établissement de formation par les professeurs responsables des enseignements.

La situation d'évaluation a une durée maximale de 3 heures et est affectée d'un coefficient 3.

Elle est organisée en fin de première année.

Cette situation d'évaluation est organisée par l'équipe pédagogique chargée des enseignements professionnels selon les mêmes modalités et les mêmes exigences que l'épreuve ponctuelle.

À l'issue de la situation d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis pour l'épreuve ponctuelle correspondante, l'équipe pédagogique adresse au jury les situations d'évaluation, les barèmes de correction les fiches d'évaluation du travail réalisé par les candidats. Elle établit une proposition de note.

Le jury pourra demander à avoir communication de tout autre document relatif à l'évaluation (copies...). Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et cela jusqu'à la session suivante. Après examen attentif des documents fournis, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utiles et arrête la note.

### **Composition de la commission d'évaluation**

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel aux professeurs chargés des enseignements concernés et dans toute la mesure du possible de professionnel(s).

## E3 - Environnement scientifique et technologique

### Finalité et Objectifs

L'épreuve a pour but de vérifier :

- les connaissances scientifiques constituant le cadre de référence des activités professionnelles ;
- l'aptitude à mobiliser les connaissances dans une situation professionnelle définie ;
- la qualité de la réflexion et du raisonnement scientifique ;
- la rigueur et l'efficacité de l'expression écrite.

### Contenu

L'épreuve « Environnement scientifique et technologique permet d'évaluer tout ou partie des compétences du groupe de compétences communes suivantes :

E3	C1.1.3. Concevoir de nouveaux protocoles de soin et de vente C3.1.1. Optimiser les fonctions et l'organisation des locaux professionnels C3.1.2. Adapter les évolutions de services de prestations au contexte organisationnel C3.2.2. Mettre en œuvre la démarche qualité, la politique du développement durable C1.2.1. Intégrer les pratiques et technologies innovantes dans un cadre national, européen, international C2.2.3. Communiquer en langue étrangère <b>Toutes les compétences du groupe de compétences communes peuvent être mobilisées en particulier :</b> C1.1.1. Identifier les besoins et les attentes des publics
----	--

Les savoirs associés suivants peuvent être mobilisés et évalués :

- Physique appliquée,
- Chimie appliquée,
- Produit cosmétique,
- Biologie appliquée,
- Culture économique juridique et managériale ;
- Environnement de travail : un outil stratégique.

Les savoirs associés « Conception et mise en œuvre de techniques esthétiques » et « Environnement esthétique » pourront être mobilisés.

### Critères de l'évaluation

L'évaluation porte essentiellement sur :

- les connaissances scientifiques et techniques nécessaires à une bonne compréhension du domaine professionnel et l'aptitude à les mobiliser ;
- l'aptitude à exploiter des documents, à élaborer des supports d'information, à justifier des choix technologiques ;
- l'aptitude à la réflexion et au raisonnement scientifique ;
- la maîtrise du vocabulaire scientifique, technique, économique et juridique ;
- la capacité à analyser et interpréter des résultats obtenus.

## Modalités de l'évaluation

### Forme ponctuelle

Épreuve écrite

Durée : 4 heures

Coefficient 4

À partir d'une situation professionnelle donnée, il est demandé aux candidats :

- d'identifier et d'analyser les différents aspects du problème posé ;
- de présenter les réponses existantes ou possibles qui prennent en compte l'environnement professionnel, ses richesses et ses contraintes.

### Contrôle en cours de formation

Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation organisée dans l'établissement de formation par les professeurs responsables des enseignements.

La situation d'évaluation a une durée maximale de 4 heures et est affectée d'un coefficient 4.

Elle est organisée en fin de première année.

Cette situation d'évaluation est organisée par l'équipe pédagogique chargée des enseignements professionnels selon les mêmes modalités et les mêmes exigences que l'épreuve ponctuelle.

À l'issue de la situation d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis pour l'épreuve ponctuelle correspondante, l'équipe pédagogique adresse au jury les situations d'évaluation, les barèmes de correction les fiches d'évaluation du travail réalisé par les candidats. Elle établit une proposition de note.

Le jury pourra demander à avoir communication de tout autre document relatif à l'évaluation (copies...). Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et cela jusqu'à la session suivante. Après examen attentif des documents fournis, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utiles et arrête la note.

### Composition de la commission d'évaluation

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel aux professeurs chargés des enseignements concernés et dans toute la mesure du possible de professionnel(s).

## E4 - Épreuve professionnelle

### Objectifs de l'épreuve

L'épreuve a pour but de vérifier la maîtrise des techniques, l'autonomie dans leur réalisation, les connaissances technologiques, les qualités d'organisation et la capacité à inscrire ses actions dans une situation complexe.

Elle se décompose en deux sous épreuves U41 et U 42.

## U41 - Techniques professionnelles Épreuve commune aux trois options

### Finalités et objectifs

La sous-épreuve « techniques professionnelles » a pour but de vérifier les compétences du candidat liées aux activités professionnelles suivantes :

- Mise en œuvre de techniques esthétiques ;
- Évaluation esthétique des produits cosmétiques ;
- Capacité à appréhender la stratégie de la marque et/ou de l'entreprise ;
- Traitement de la demande et analyse du besoin en lien avec l'offre de prestations et de services ;
- Aptitude à prendre en compte des innovations pour proposer des évolutions ;
- Aptitude à s'inscrire dans une démarche qualité.

### Contenu

La sous épreuve « **Techniques professionnelles** » permet d'évaluer tout ou partie des compétences du groupe de compétences communes suivantes :

E41	C1.1.1. Identifier les besoins et les attentes des publics C1.1.2. Réaliser, en expert, des prestations esthétiques performantes et innovantes C1.1.4. Mettre en œuvre des techniques esthétiques et cosmétiques comparatives C1.1.5. Évaluer les résultats d'une prestation, la satisfaction de la clientèle C1.3.1. Identifier le profil client C1.3.2. Sélectionner les solutions adaptées C1.3.3. Argumenter les solutions retenues <b>Toutes les compétences du groupe de compétences communes peuvent être mobilisées.</b>
-----	---

Elle porte sur les savoirs associés suivants qui peuvent être mobilisés et évalués :

- Conception et mise en œuvre de techniques esthétiques ;
- Environnement esthétique.

Les savoirs associés « Le produit cosmétique », « Biologie appliquée » peuvent être mobilisés

### Critères

L'évaluation porte sur :

- le choix justifié des produits, des appareils, des techniques et l'adaptation des propositions et des réalisations à la situation ;
- la maîtrise des techniques et de l'utilisation des matériels et la qualité du résultat obtenu ;
- les qualités organisationnelles (gestion des équipements, des locaux et des personnels) ;

- le respect des conditions d'hygiène et de sécurité ;
- la rigueur de l'analyse ;
- la pertinence de l'argumentation ;
- la mobilisation de connaissances scientifiques, technologiques, économiques, juridiques ;
- la maîtrise de moyens de communication variés (visuels, informatiques,...).

### Modalités de l'évaluation

#### **Forme ponctuelle**

Épreuve pratique

Durée : 3 heures

Coefficient 6

Pour une situation professionnelle donnée, il peut être demandé au candidat :

- d'appréhender une situation et son contexte ;
- de mettre en œuvre des techniques esthétiques ;
- de concevoir des supports de communication et de promotion ;
- de proposer et justifier ses choix.

L'épreuve s'appuiera sur des ressources documentaires.

#### **Contrôle en cours de formation**

Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation organisée dans l'établissement de formation par les professeurs responsables des enseignements.

La situation d'évaluation a une durée maximale de 3 heures et est affectée d'un coefficient 6.

Elle est organisée en fin de première année pour les options cosmétologie et formation-marque et au cours de la deuxième année pour l'option management.

Cette situation d'évaluation est organisée par l'équipe pédagogique chargée des enseignements professionnels selon les mêmes modalités et les mêmes exigences que l'épreuve ponctuelle.

À l'issue de la situation d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis pour l'épreuve ponctuelle correspondante, l'équipe pédagogique adresse au jury les situations d'évaluation, les barèmes de correction les fiches d'évaluation du travail réalisé par les candidats. Elle établit une proposition de note.

Le jury pourra demander à avoir communication de tout autre document relatif à l'évaluation (copies...). Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et cela jusqu'à la session suivante. Après examen attentif des documents fournis, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utiles et arrête la note.

#### **Composition de la commission d'évaluation**

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel aux professeurs chargés des enseignements dont au moins un professeur de pratique esthétique ou un professionnel.

## **U42- Mise en œuvre opérationnelle sous épreuve spécifique de chaque option Management, Formation - Marque(s), Cosmétologie**

### **U42 - Mise en œuvre opérationnelle option MANAGEMENT**

#### Finalité et objectifs

La sous-épreuve a pour objectif de vérifier :

- la capacité à analyser des situations de gestion caractéristiques des entreprises ou entités commerciales, ayant pour activité principale la vente de produits et/ou de services auprès d'une clientèle de particuliers ou de professionnels ;
- la maîtrise des savoirs et des techniques de gestion administrative et financière et celle des ressources humaines ;
- la capacité à intégrer les approches organisationnelles, juridiques et quantitatives dans les solutions aux problèmes à résoudre.

Elle permet plus particulièrement de vérifier l'aptitude du candidat à :

- prendre des décisions et mettre en œuvre des solutions adaptées au contexte commercial identifié ;
- mettre en œuvre des compétences appliquées à des situations professionnelles réelles en s'appuyant sur les technologies commerciales ;
- organiser, agir et travailler en équipe.

#### Contenu

La sous-épreuve « **Mise en œuvre opérationnelle – MANAGEMENT** » permet d'évaluer tout ou partie des compétences **CS1 : Gérer l'entreprise**

U42 Management	S.1.1.1. Gérer la trésorerie de l'entreprise, suivre le cycle d'exploitation S.1.1.2. Gérer les produits et les matériels S.1.1.3. Recruter les personnels S.1.1.4. Encadrer l'équipe S.1.1.5. Évaluer l'atteinte des objectifs <b>Toutes les compétences du groupe de compétences communes peuvent être mobilisées.</b> <b>L'ensemble des savoirs associés de l'option Management peut être mobilisé.</b>
-------------------	--

#### Critères d'évaluation

L'évaluation porte sur :

- la pertinence des analyses conduites et celle des solutions proposées ;
- le choix justifié des priorités proposées ;
- la faisabilité de la proposition ;
- l'appropriation des méthodes de gestion et d'évaluation ;
- la maîtrise des outils de gestion, d'évaluation.

#### Modalités d'évaluation

#### **Forme ponctuelle**

Sous épreuve pratique

Durée 3 h

Coefficient 4

À partir d'éléments documentaires textuels et chiffrés illustrant une ou plusieurs situations de gestions relatives à une entreprise ou entité commerciale, il peut être demandé au candidat :

- de réaliser une analyse sous forme de tableaux, de graphiques, de note, de rapport ;
- d'élaborer la solution calculée d'un problème de gestion quantitative ;
- de présenter ou renseigner un état comptable ;
- d'interpréter des données ou des résultats relatifs à la situation proposée ;
- de résoudre un problème de gestion des ressources humaines.

Les investigations, réalisations se feront avec l'outil numérique.

## **Contrôle en cours de formation**

Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation organisée dans l'établissement de formation par les professeurs responsables des enseignements.

La situation d'évaluation a une durée maximale de 3 heures et est affectée d'un coefficient 4.

Elle est organisée en fin de seconde année.

Cette situation d'évaluation est organisée par l'équipe pédagogique chargée des enseignements professionnels selon les mêmes modalités et les mêmes exigences que l'épreuve ponctuelle.

À l'issue de la situation d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis pour l'épreuve ponctuelle correspondante, l'équipe pédagogique adresse au jury les situations d'évaluation, les barèmes de correction les fiches d'évaluation du travail réalisé par les candidats. Elle établit une proposition de note.

Le jury pourra demander à avoir communication de tout autre document relatif à l'évaluation (copies...). Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et cela jusqu'à la session suivante. Après examen attentif des documents fournis, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utiles et arrête la note.

## **Composition de la commission d'évaluation**

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel à un binôme de correcteurs composé de professeurs chargés de l'enseignement de l'option et dans toute la mesure du possible d'un professionnel.



## U42 - Mise en œuvre opérationnelle option Formation - Marques

### Finalité et objectifs

Cette sous-épreuve a pour objectif de vérifier :

- les conception et mise en œuvre d'actions dans le cadre de la stratégie commerciale ;
- la production de documents professionnels, techniques ;
- l'animation d'équipe.

### Contenu

La sous-épreuve « **Mise en œuvre opérationnelle – Formation - Marque(s)** » permet d'évaluer tout ou partie des compétences de CS2 suivantes :

U42 Formation - Marque(s)	S.2.1.1. Caractériser les interlocuteurs, les situations de vente, les contextes S.2.1.2. Conduire les actions S.2.1.3. Evaluer les actions conduites S2.1.4. Assurer le relais entre les dépositaires et l'entreprise <b>Toutes les compétences du groupe de compétences communes peuvent être mobilisées.</b> <b>L'ensemble des savoirs associés de l'option Formation - Marque(s) peut être mobilisé.</b>
---------------------------------	---

### Critères de l'évaluation

L'évaluation porte sur :

- la vision d'une politique globale d'animation ;
- le choix justifié des moyens de communication ;
- le développement d'argumentaires de vente ;
- les qualités organisationnelles ;
- la pertinence des documents support produits ;
- la maîtrise des outils de communication ;
- la conception d'outil d'évaluation ;
- la prise de recul ;
- l'adaptation des propositions et des réalisations à la situation ;
- la rigueur de l'analyse ;
- la pertinence de l'argumentation ou de la synthèse.

### Modalités de l'évaluation

#### Forme ponctuelle

Épreuve pratique

Durée : 3 heures

Coefficient 4

Pour une situation professionnelle donnée, il est demandé au candidat de :

- prendre en compte le contexte ;
- adapter un protocole ;
- communiquer de manière adaptée ;
- réaliser des supports ;
- réaliser une ou des démonstrations, des animations ;
- évaluer des opérations mises en place ;
- rendre compte des résultats obtenus.

## **Contrôle en cours de formation**

Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation organisée dans l'établissement de formation par les professeurs responsables des enseignements.

La situation d'évaluation a une durée maximale de 3 heures et est affectée d'un coefficient 4.

Elle est organisée en fin de seconde année.

Cette situation d'évaluation est organisée par l'équipe pédagogique chargée des enseignements professionnels selon les mêmes modalités et les mêmes exigences que l'épreuve ponctuelle.

À l'issue de la situation d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis pour l'épreuve ponctuelle correspondante, l'équipe pédagogique adresse au jury les situations d'évaluation, les barèmes de correction les fiches d'évaluation du travail réalisé par les candidats. Elle établit une proposition de note

Le jury pourra demander à avoir communication de tout autre document relatif à l'évaluation (copies...). Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et cela jusqu'à la session suivante. Après examen attentif des documents fournis, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utiles et arrête la note

## **Composition de la commission d'évaluation**

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel à un binôme de correcteurs composé de professeurs chargés de l'enseignement de l'option et dans toute la mesure du possible d'un professionnel.

## U42 - Mise en œuvre opérationnelle option COSMÉTOLOGIE

### Finalité et objectifs

Elle a pour but de vérifier les compétences du candidat liées aux activités professionnelles suivantes :

- élaboration et mise au point de protocoles opératoires ;
- évaluation cosmétique ;
- fabrication, contrôles.

### Contenu

La sous-épreuve « **Mise en œuvre opérationnelle - COSMÉTOLOGIE** » permet d'évaluer tout ou partie des compétences terminales **CS3** suivantes :

<b>U42 Cosmétologie</b>	S3.1.2. Adapter tout ou partie d'un protocole expérimental (formulation, fabrication, contrôle en accord avec les BPF et BPL) S3.2.1. Réaliser une formulation S3.2.2. Réaliser un contrôle des caractères physico-chimiques de la matière première, du produit S3.3.1. Appliquer le protocole adapté S3.3.2. Exprimer et interpréter les résultats S3.3.3. Transmettre les conclusions et alerter sur les risques, anomalies S3.4.2. Mettre en œuvre un protocole de test <b>Toutes les compétences du groupe de compétences communes peuvent être mobilisées.</b> <b>L'ensemble des savoirs associés de l'option Cosmétologie peut être mobilisé.</b>
-----------------------------	---

### Critères de l'évaluation

L'évaluation porte sur :

- le choix justifié des produits, des appareils, des techniques ;
- la maîtrise des techniques et la qualité du résultat obtenu ;
- l'utilisation conforme des appareils de mesures ;
- l'adaptation des propositions et des réalisations à la situation ;
- le respect des conditions d'hygiène et de sécurité ;
- les qualités organisationnelles ;
- la rigueur de l'analyse ;
- la pertinence de l'argumentation ou de la synthèse ;
- l'analyse critique des résultats ;
- la pertinence de la forme du compte rendu (visualisation des résultats).

### Modalités de l'évaluation

#### Forme ponctuelle

Épreuve pratique

Durée 3 heures

Coefficient 4.

À partir de tout ou partie de cahier des charges, ou autre document, il peut être demandé au candidat :

- fabriquer, contrôler, tester un produit ;
- adapter un protocole ;
- rendre compte des résultats obtenus.

## **Contrôle en cours de formation**

Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation organisée dans l'établissement de formation par les professeurs responsables des enseignements.

La situation d'évaluation a une durée maximale de 3 heures et est affectée d'un coefficient 4.

Elle est organisée en fin de seconde année.

Cette situation d'évaluation est organisée par l'équipe pédagogique chargée des enseignements professionnels selon les mêmes modalités et les mêmes exigences que l'épreuve ponctuelle.

À l'issue de la situation d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis pour l'épreuve ponctuelle correspondante, l'équipe pédagogique adresse au jury les sujets, les barèmes de correction les fiches d'évaluation du travail réalisé par les candidats. Elle établit une proposition de note.

Le jury pourra demander à avoir communication de tout autre document relatif à l'évaluation (copies...). Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et cela jusqu'à la session suivante. Après examen attentif des documents fournis, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utiles et arrête la note.

## **Composition de la commission d'évaluation**

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel à un binôme de correcteurs composé de professeurs chargés de l'enseignement de l'option et dans toute la mesure du possible d'un professionnel.

## E 5 - Conseil et expertise scientifiques et techniques

Épreuve spécifique de chaque option : Management, Formation - Marques, Cosmétologie.

### Objectifs de l'épreuve

L'épreuve «Conseil et expertise scientifiques et techniques» a pour objectif de vérifier :

- l'interprétation d'une demande (marketing, formation...);
- la pertinence de la prise en compte du contexte, des caractéristiques des produits et de la marque, du plan d'action...;
- l'adéquation des choix avec le cahier des charges, le contexte...;
- la conformité aux réglementations et normes diverses;
- les connaissances scientifiques et techniques et l'aptitude à les mobiliser;
- l'aptitude à la réflexion et au raisonnement scientifique;
- la maîtrise du vocabulaire scientifique et technique.

### Contenu

## E 5 - Conseil et expertise scientifiques et techniques Management

<b>E5 Management</b>	<p>L'épreuve permet d'évaluer les compétences spécifiques :</p> <p>S1.2.1. Élaborer et suivre le projet d'exploitation, le business plan, le <i>PROCESS</i> de travail</p> <p>S1.2.2. Concevoir et mettre en œuvre une stratégie de communication</p> <p>S1.2.3. Évaluer les opérations promotionnelles</p> <p>Toutes les compétences du groupe de compétences communes peuvent être mobilisées.</p> <p>Elle porte sur les savoirs associés de l'option Management qui peuvent être mobilisés et évalués.</p> <p>L'épreuve peut mobiliser les savoirs associés du groupe de compétences communes.</p>
--------------------------	---

Elle a pour but de vérifier les compétences du candidat liées aux activités professionnelles suivantes :

- élaboration du projet d'exploitation et/ou du *business plan* ;
- formulation des propositions d'actions ;
- conception et élaboration des outils de communication ;
- développement de la relation de services.

## E 5 - Conseil et expertise scientifiques et techniques Formation - Marques

<b>E5 Formation - Marque(s)</b>	<p>L'épreuve permet d'évaluer les compétences spécifiques :</p> <p>S2.2.1. Préparer, organiser une action de formation</p> <p>S2.2.2. Concevoir des démonstrations de techniques</p> <p>S2.2.3. Adapter l'action de formation à l'international</p> <p>Toutes les compétences du groupe de compétences communes peuvent être mobilisées.</p> <p>Elle porte sur les savoirs associés de l'option Formation - Marque(s) qui</p>
---	---

	peuvent être mobilisés et évalués. L'épreuve peut mobiliser les savoirs associés du groupe de compétences communes.
--	--

Elle a pour but de vérifier les compétences du candidat liées aux activités professionnelles suivantes : conception et préparation des actions de formation dans le respect de la politique de la marque en lien avec la R&D et le service marketing :

- création et actualisation de supports pour les actions d'animation et de formation ;
- conception de nouveaux protocoles, de nouveaux concepts.

## E 5 - Conseil et expertise scientifiques et techniques Cosmétologie

E5 Cosmétologie	L'épreuve permet d'évaluer les compétences spécifiques : S3.1.1 Lire et interpréter la demande marketing : « cahier des charges » (« <i>story-board, brief</i> ») S3.1.3. Proposer de nouvelles gestuelles, de nouveaux concepts dans le cadre d'études prospectives S3.1.5 Proposer tout ou partie de méthodes afin d'optimiser le produit, la technique S3.3.3. Transmettre les conclusions et alerter sur les risques, anomalies... S3.4.3. Constituer les différents types de panels Elle porte sur les savoirs associés de l'option cosmétologie qui peuvent être mobilisés et évalués. L'épreuve peut mobiliser les savoirs associés du groupe de compétences communes.
--------------------	--

Elle a pour but de vérifier les compétences du candidat liées aux activités professionnelles suivantes :

- veille réglementaire, normative et technologique ;
- conception et validation de protocoles ;
- constitution du « dossier produit ».

### Critères de l'évaluation

L'évaluation porte notamment sur :

- la pertinence et la précision du diagnostic ;
- la pertinence des solutions proposées ;
- l'exactitude des connaissances ;
- la qualité de la réflexion ;
- la qualité de l'étude produite (rédaction, argumentation, mise en valeur de l'information...).

### Modalités de l'évaluation

#### Forme ponctuelle

Épreuve écrite

Durée : 4 heures

Coefficient 4

L'épreuve prend appui sur un dossier documentaire.

Le dossier documentaire est spécifique de chaque option, il peut contenir :

- des fiches techniques (produits, appareils, matériel)

- des protocoles (de soins, de contrôles qualité, d'évaluation, de fabrication...)
- des cahiers des charges
- des documents commerciaux, réglementaires, techniques, normatifs...
- des articles de revues, de recherche...

Pour un contexte donné, il est demandé au candidat :

- une analyse
- un développement d'explications, d'argumentaires
- la conception et la rédaction de protocoles, de « dossier-produit ». de plan d'actions, de vente, de prospection
- des propositions de solution en réponse à un problème de management
- une note d'aide à la décision
- une proposition innovante...

### **Composition de la commission d'évaluation**

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel aux professeurs chargés des enseignements de l'option et dans toute la mesure du possible de professionnel(s).

## E6 - Soutenance du projet

### Finalité et objectifs

Elle a pour but de vérifier les compétences liées aux activités professionnelles en lien avec l'option choisie :

- **Management** : gestion et développement d'une entreprise
- **Formation - Marque(s)** : information, animation, formation à visée de stimulation commerciale
- **Cosmétologie** : aide à la conception, au développement des produits et des services

### Contenu de l'épreuve

L'épreuve E6 « Soutenance du projet » porte sur tout ou partie des compétences du groupe de compétences communes et sur les compétences de l'option choisie par le candidat.

E6 groupe des compétences communes	C1.2.2. Maîtriser les risques (humains, matériels, économiques...) liés aux innovations C2.1.2. Constituer une base documentaire C2.1.3. Élaborer des supports à visée stratégique C3.2.1. Contribuer à la veille réglementaire, scientifique et technologique
---	---

La compétence « C3.2.2. Mettre en œuvre la démarche qualité, la politique du développement durable » peut en outre être mobilisée.

E6 Management	S.1.3.1. Suivre la clientèle, la développer et la fidéliser S.1.3.2. Mettre en adéquation les attentes de la clientèle avec les objectifs de l'entreprise et les contraintes liées à la productivité S.1.3.3. Veiller au bon positionnement concurrentiel
------------------	---

E6 Formation - Marques	S2.3.1. Organiser le plan de prospection dans le respect de la politique commerciale de l'entreprise et dans l'objectif du développement du portefeuille clients S2.3.2. Développer le suivi du secteur sur un portefeuille clients S2.3.3. Rendre compte
------------------------------	---

E6 Cosmétologie	S3.1.4. Instruire la partie du dossier correspondant à son activité pour les dépôts et enregistrements nationaux, européens, internationaux S3.2.3. Assurer la transposition industrielle ( <i>scale up</i> ) S3.2.4. Développer la démarche qualité S3.2.5. Communiquer avec les laboratoires de formulation, de production S3.4.1. Définir un protocole de test en fonction du ou des <i>claims</i> S3.4.4. Assurer l'éducation et l'accompagnement du panel expert
--------------------	--

### Critères de l'évaluation

L'évaluation porte essentiellement sur :

- la capacité à mettre en œuvre une démarche de projet ;
- la pertinence et le réalisme des propositions, leur argumentation, au regard des objectifs fixés et des moyens disponibles ;
- la capacité à mobiliser des connaissances dans un contexte professionnel ;
- la qualité de l'analyse ;
- les qualités d'expression et de communication (expression orale et écrite, concision, qualité des documents présentés, techniques de communication mises en œuvre).



## Modalités de l'évaluation

### Forme ponctuelle

- Épreuve orale
- Durée : 40 minutes :
  - Exposé : 15 minutes,
  - Entretien avec le jury : 25 minutes
- Coefficient 5

L'épreuve consiste en une soutenance orale du projet élaboré à la suite du stage de seconde année et ayant conduit à la rédaction de la note de synthèse de 10 pages maximum (sans annexes) ou en une soutenance orale s'appuyant sur l'activité détaillée dans le rapport d'activités.

### Remarque : spécificité de l'option Formation - Marque(s)

La note de synthèse ou le rapport d'activités de l'option Formation - Marque(s) comporte un résumé d'une page maximum rédigée en langue vivante étrangère B\* et qui servira de support à un échange oral dans cette même langue.

La soutenance du projet est suivie d'un entretien avec le jury.

Les candidats devront avoir obtenu l'autorisation de leur maître de stage d'utiliser les informations publiées dans leur rapport écrit. Il leur sera en outre rappelé que cette épreuve ne saurait les libérer de l'obligation de respecter la confidentialité.

Le contrôle de conformité de la note de synthèse ou du rapport d'activités professionnelles est effectué, selon les consignes transmises, par les autorités académiques avant l'interrogation. En cas de non-conformité de la note de synthèse ou du rapport d'activités professionnelles déposés par le candidat, celui-ci ne peut être interrogé à cette épreuve. Il est alors considéré comme présent, mais sa note de synthèse ou son rapport d'activités professionnelles étant non validé, il ne peut se voir délivrer le diplôme.

En l'absence de note de synthèse ou de rapport d'activités professionnelles, l'épreuve ne peut se dérouler. Tout candidat sans note de synthèse ou sans rapport d'activités professionnelles sera donc informé par la commission de l'impossibilité de conduire l'entretien. En conséquence, il ne pourra se voir délivrer le diplôme.

Les candidats ayant échoué à l'examen à la session antérieure et se représentant selon la voie scolaire, s'ils ne bénéficient pas du report de la note de l'épreuve E6, doivent présenter cette épreuve qui prend appui sur la note de synthèse rédigée à l'issue du stage effectué lors de leur année de redoublement.

### Composition de la commission d'évaluation

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel à deux examinateurs dont au moins un enseignant intervenant dans l'option concernée ou un professionnel.

Dans le cas de l'option Formation - Marque(s) la commission d'évaluation doit comprendre également un enseignant de la LVE.B\* concernée.

\*la langue vivante est choisie dans la liste de langues vivantes définie dans l'arrêté de juillet 2008

### Contrôle en cours de formation

Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation organisée dans l'établissement de formation par les professeurs responsables des enseignements.

La situation d'évaluation a une durée maximale de 40 minutes et est affectée d'un coefficient 5. Elle est organisée en fin de seconde année.

Cette situation d'évaluation est organisée par l'équipe pédagogique chargée des enseignements professionnels selon les mêmes modalités et les mêmes exigences que l'épreuve ponctuelle.

À l'issue de la situation d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis pour l'épreuve ponctuelle correspondante, l'équipe pédagogique adresse au jury les situations d'évaluation, les barèmes de correction les fiches d'évaluation du travail réalisé par les candidats. Elle établit une proposition de note.

Le jury pourra demander à avoir communication de tout autre document relatif à l'évaluation (copies...). Ces documents seront tenus à la disposition du jury et de l'autorité rectoriale pour la session considérée et cela jusqu'à la session suivante. Après examen attentif des documents fournis, le jury formule toutes remarques et observations qu'il juge utiles et arrête la note

## **EF1 – Langue vivante étrangère B (UF1)**

### **options Management et Cosmétologie**

#### Objectifs

L'épreuve a pour but d'évaluer :

- la compréhension de la langue vivante étrangère orale et éventuellement écrite ;
- la qualité de l'expression orale dans la langue vivante étrangère.

#### Formes de l'évaluation

##### **Forme ponctuelle**

- épreuve orale facultative
- temps de préparation : 20 minutes
- durée d'interrogation : 20 minutes

#### Modalités

L'épreuve se décompose en :

- présentation personnelle du candidat et entretien sur son expérience professionnelle (stage en entreprise, activités professionnelles etc.) en langue vivante étrangère ;
- entretien en langue vivante étrangère sur la base d'un document écrit, audio ou vidéo, en relation plus ou moins directe avec le domaine professionnel.

## ANNEXE VI

### TABLEAU DE CORRESPONDANCE ENTRE ÉPREUVES

<b>BTS Esthétique-cosmétique</b> Créé par arrêté du 29 juillet 1998 modifié par l'arrêté du 9 mai 2007		<b>BTS « Métiers de l'esthétique – cosmétique – parfumerie »</b> Créé par le présent arrêté	
<i>Épreuves ou sous épreuves</i>	<i>Unités</i>	<i>Épreuves ou sous épreuves</i>	<i>Unités</i>
<b>Épreuve E2 LVE</b>	U2	<b>Épreuve E1 LVE.A</b>	U1
<b>Épreuve E3 Sciences appliquées</b>  Sous-épreuve : Physique-chimie-technologies  Sous-épreuve : sciences biologiques et cosmétologiques	U31 et U32	<b>Épreuve E3 Environnement scientifique et technologique</b>	U3
<b>Épreuve E4 Gestion et développement de l'entreprise</b>  Sous épreuve : Gestion et relation clientèle  Sous épreuve : Mise en valeur des produits et des services	U41 et U42	<b>Épreuve E2 Environnement professionnel</b>	U2
<b>E5 Épreuve professionnelle</b>  Sous épreuve : Pratique esthétique  Sous épreuve : Techniques cosmétiques	U51 et U52	<b>Épreuve E4 Techniques professionnelles</b>	U41
<b>E6 Épreuve sur dossier</b>	U6	<b>E6 Soutenance du projet</b>	U6
<b>EF Langue vivante étrangère</b>	UF	<b>EF Langue vivante</b>	UF