



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

**MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE**

Brevet de technicien supérieur MÉTIERS DE LA COIFFURE

Septembre 2014

Arrêté du 26 février 2014

portant définition et fixant les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « métiers de la coiffure »

NOR : ESR1403537A

La ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche

Vu le code de l'Education notamment ces articles D 643-1 à D643-35 ;

Vu l'arrêté du 9 mai 1995 modifié 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 9 janvier 2014 ;

Vu le Conseil Supérieur de l'Education du 13 février 2014 ;

Vu le Conseil National de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche du 17 février 2014 ;

Arrête

Article 1

La définition et les conditions de délivrance du brevet de technicien supérieur « métiers de la coiffure » 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 la coiffure » sont définis en annexe I au présent arrêté.

Les unités communes au brevet de technicien supérieur « métiers de la coiffure » 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 la coiffure » 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 D643-14 et D643-20 à D643-23 du code de l'Education.

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 la coiffure » est délivré aux candidats ayant passé avec succès l'examen défini par le présent arrêté conformément aux dispositions des articles D643-13 à D643-26 du code de l'Education.

Article 8

La première session du brevet de technicien supérieur « métiers de la coiffure » organisée conformément aux dispositions du présent arrêté aura lieu en 2016.

Article 9

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, 26 février 2014

Pour la ministre et par délégation

Par empêchement de la directrice générale pour l'enseignement supérieur et l'insertion professionnelle

Le chef du service de la stratégie de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle,

J.M. JOLION

Paru au JO du 3 avril 2014

Paru au BO du 17 avril 2014

SOMMAIRE

Annexe I - RÉFÉRENTIEL DU DIPLOME	5
Référentiel des activités professionnelles	8
Référentiel de certification	11
Savoirs associés	24
 Annexe II – STAGE EN MILIEU PROFESSIONNEL	 78
 Annexe III - GRILLE HORAIRE	 81
 Annexe IV - RÉGLEMENT D'EXAMEN	 85
 Annexe V - DÉFINITION DES EPREUVES	 87

ANNEXE I – Référentiels du diplôme

BTS METIERS DE LA COIFFURE

DEFINITION DE L'EMPLOI

Le titulaire du BTS des Métiers de la coiffure peut exercer son activité dans des structures variées :

- Salons ou entreprises de coiffure,
- Entreprises de fabrication et commercialisation de produits capillaires,
- Entreprises de distribution de produits capillaires et de matériels

Les principales appellations qui correspondent aux postes occupés sont les suivantes :

- Chef d'entreprise, responsable de salon, responsable de réseau, responsable de points de vente
- Manageur
- Conseiller expert, évaluateur ;
- Conseiller -formateur, Marchandiseur ;
- Développeur (régional, national, international) ;
- Assistant directeur artistique ;
- Technico-commercial ;
- Responsable commercial (représentant de marque).

Types d'emploi	Caractéristiques de l'emploi
Chef d'entreprise, Responsable de salon, de points de vente, de réseau, Manageur	Définition de la stratégie de l'entreprise Organisation de l'entreprise de coiffure Gestion financière, économique et sociale Gestion des ressources humaines Marketing client Gestion des achats et des ventes Organisation des ventes de produits, de services, des opérations commerciales et des animations
Conseiller expert – Evalueur	Evaluation de l'effet du produit Mise au point de protocole d'utilisation Constitution de panel Tests et suivi des résultats sur panel Rédaction du mode d'emploi de produits Réalisation de compte rendu Propositions d'évolutions
Conseiller-formateur, Marchandiseur	Formation des différents collaborateurs aux produits, aux techniques, aux caractéristiques d'une marque en France, à l'étranger Création d'outils pédagogiques

Types d'emploi	Caractéristiques de l'emploi
Développeur régional, national, international	Recherche de partenaires pouvant développer une marque, un réseau Conseil au montage de projet
Technico-commercial	Information, conseil et vente sur les produits aux salons de coiffure et distributeurs Aide technique et accompagnement au développement de services Suivi des partenaires Interface-liaison entre l'entreprise et les marchés et en interne (entre les différents services – remontées d'informations, échanges)
Assistant directeur artistique	Participation à la définition d'un style de tendances Participation à des opérations promotionnelles : lancement de produits, de collections (soirée, défilé...) Suivi de la réalisation technique d'un projet artistique Animation et diffusion de l'image de la marque

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

RÉFÉRENTIEL D'ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES

Dans le cadre des différents types d'entreprises, le technicien supérieur en « Métiers de la coiffure » peut assurer les fonctions suivantes :

- Expertise et conseils scientifiques et technologiques,
- Gestion, management,
- Définition et mise en œuvre de la stratégie commerciale.

Cette profession demande de suivre de façon permanente l'évolution des produits, des techniques et l'apparition de nouveaux matériels. Le technicien supérieur assure une veille permanente dans les domaines relevant du secteur de la coiffure (normes, réglementation européenne, évolution du marché, ...). De même il est nécessaire qu'il porte une attention particulière aux questions d'allergie professionnelle et de prévention ainsi qu'aux évolutions sociologiques de la clientèle.

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

Les choix et les actions du professionnel s'inscrivent dans le respect de la législation en vigueur, la prise en compte de la politique de développement durable et d'une démarche qualité.

Les responsabilités du technicien supérieur sont définies selon sa position dans la structure. Il peut exercer ses activités en autonomie totale ou partielle.

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

Dans les différents emplois, le technicien supérieur exerce les fonctions, activités et tâches suivantes:

DESCRIPTION DES FONCTIONS, ACTIVITES ET TÂCHES

FONCTIONS	Activités	Tâches
A : EXPERTISE ET CONSEILS SCIENTIFIQUES ET TECHNOLOGIQUES	Conception et réalisation de techniques professionnelles Veille et innovation	Réalisation de prestations de coloration ou de mise en forme associant la coupe et le coiffage Innovation et développement de prestations, de services (produits, techniques...) en vue d'une personnalisation Etablissement du diagnostic capillaire Elaboration de programmes de soins capillaires Réalisation de démonstration de techniques et d'utilisation d'appareils
	Elaboration, mise au point et analyse de protocoles Conseil et vente de produits, de services et de matériels	Conception, réalisation et validation de protocoles conformes au cahier des charges Proposition d'évolution de protocoles, de formulations Analyse des résultats, propositions d'adaptation Constitution de panels, communication et suivi Constitution de « dossier-produit » Evaluation des attentes, des motivations, des besoins des clients et propositions adaptées de services Présentation argumentée des produits, matériels et services aux clients Vente et négociation commerciale avec les professionnels, les partenaires
B : GESTION, MANAGEMENT	Elaboration, suivi et adaptation du projet d'exploitation et/ou du business plan	Définition d'objectifs de production ou de commercialisation au regard des données économiques, des contraintes et opportunités du marché Choix du concept, détermination des conditions d'ouverture et de l'offre (produits, services) Participation à la définition du prévisionnel d'exploitation, des objectifs Veille concurrentielle Mise en place de la démarche qualité (services et produits) Prospection et fidélisation de clients Analyse du projet en cours Mise en place d'actions en fonction des opportunités et des contraintes
	Participation à la gestion de l'entreprise et à la mesure des performances	Maîtrise de la gestion des activités courantes d'une entreprise Elaboration et analyse des tableaux de bord (économique, productif, social) Interprétation des états financiers du salon Proposition de pistes de progrès
	Gestion et encadrement du personnel	Recrutement Organisation et suivi du travail d'équipe, coordination Formation, animation, contrôle et motivation des collaborateurs Evaluation et accompagnement

C : DEFINITION ET MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE COMMERCIALE	Participation au lancement de produits, matériels et services Développement de la relation de services Gestion et développement de « portefeuilles clients »	Appropriation de la politique et de la stratégie des marques commercialisées Conception et mise en œuvre d'actions de communication commerciale Participation à la validation d'un cycle commercial Exploitation d'informations sur l'offre de produits, de matériels et de services en lien avec le marketing et la politique commerciale Information et conseils aux clients, aux partenaires, aux professionnels Participation à l'élaboration du plan visant à la conquête, au développement et à la fidélisation de la clientèle Evaluation des actions conduites, analyse des résultats, rédaction de rapport de synthèse Production de documents techniques, professionnels Prise en compte des résultats et adaptation de la stratégie
--	--	---

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 des 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 évolution professionnelle et son adaptabilité à d'autres fonctions dans le secteur de la coiffure.

RÉFÉRENTIEL de CERTIFICATION

FONCTIONS	Compétences
A : EXPERTISE ET CONSEILS SCIENTIFIQUES ET TECHNOLOGIQUES Conception et réalisation de techniques professionnelles Veille et innovation Elaboration, mise au point et analyse de protocoles Conseil et vente de produits, de services et de matériels	A1 : S'informer et communiquer dans son domaine d'expertise A1.1 : Rechercher, analyser et diffuser des informations, des données scientifiques, techniques, commerciales et professionnelles A1.2 : Echanger des informations et des données avec divers interlocuteurs ou services A1.3 : Assurer une veille artistique permanente dans le domaine de la création et de la mode
	A2 : Concevoir et mettre en œuvre des services A2.1 : Identifier les besoins et les attentes des interlocuteurs A2.2 : Proposer et réaliser des prestations de coloration, de mise en forme associant coupe et coiffage A2.3 : Adapter sa pratique, enrichir son expertise en tenant compte de l'évolution des produits, des matériels, des techniques et des tendances A2.4 : Elaborer des protocoles innovants (prestations ou services)
	A3 : Conseiller, vendre, en tant qu'expert A3.1 : Etablir une relation de communication professionnelle adaptée à différents interlocuteurs A3.2 : Participer, en tant qu'expert, à l'élaboration d'un plan de communication de l'entreprise A3.3 : Concevoir et conduire des actions d'animation, d'information, de formation et de développement commercial A3.4 : Inscrire son action dans une stratégie
	A4 : Réaliser une étude technique sur un produit ou un service A4.1 : Elaborer ou adapter un protocole d'utilisation A4.2 : Objectiver l'efficacité d'un produit, d'une technique, d'un appareil A4.3 : Elaborer une note de synthèse
	B1 : Elaborer des projets entrepreneuriaux (création, reprise d'entreprises) B1.1 : Identifier les opportunités et les menaces du marché, identifier les potentialités d'une zone de chalandise B1.2 : Déterminer une opportunité d'affaire B1.3 : Concevoir et défendre un concept de création ou de reprise d'entreprise
B : GESTION MANAGEMENT Elaboration, suivi et adaptation du projet d'exploitation et/ou du business plan Participation à la gestion de l'entreprise et à la mesure des performances Gestion et encadrement du personnel	B2 : Participer à la gestion de l'entreprise et à la mesure des performances B2.1 : Actualiser le système d'information B2.2 : Apprécier la situation de l'entreprise et ses performances (financières, commerciales, humaines, organisationnelles, productives) B2.3 : Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions B2.4 : Gérer les relations commerciales avec les clients et les fournisseurs B2.5 : Gérer les produits et les matériels
	B3 : Développer et mettre en œuvre une politique de ressources humaines B3.1 : Recruter les collaborateurs B3.2 : Encadrer l'équipe et organiser ses activités B3.3 : Former et motiver les collaborateurs
	C1 : Concevoir et assurer la promotion de produits, matériels, services ou prestations C1.1 : Elaborer le projet s'inscrivant dans la stratégie commerciale de la marque, de l'entreprise C1.2 : Concevoir et mettre en œuvre les opérations de lancement et de promotion de produits, matériels, services ou prestations
C : DEFINITION ET MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE COMMERCIALE Participation au lancement de produits, matériels et services Développement de la relation de services Gestion et développement de « portefeuilles clients »	C2 : Garantir, promouvoir la qualité des produits, des prestations et des services C2.1 : Mettre en œuvre un « process » qualité C2.2 : Transmettre et impulser la qualité de service auprès des partenaires, de l'équipe C2.3 : Evaluer la qualité du « process »

	C3 : Traduire la stratégie commerciale dans l'espace professionnel C3.1 : Caractériser la stratégie commerciale C3.2 : Mettre en œuvre la stratégie commerciale dans l'espace professionnel
	C4 : Développer et mettre en œuvre une politique de prospection et de fidélisation C4.1 : Etablir un audit commercial, un état des lieux C4.2 : Gérer la relation clientèle (vente-conseil et achat) dans un cadre « B to B » et « B to C » C4.3 : Concevoir et mettre en œuvre des actions de prospection et de fidélisation C4.4 : Evaluer leur mise en œuvre

FONCTION A : EXPERTISE ET CONSEILS SCIENTIFIQUES ET TECHNOLOGIQUES

A1 : S'informer et communiquer dans son domaine d'expertise		
Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
A1.1 : Rechercher, analyser et diffuser des informations, des données scientifiques, techniques commerciales et professionnelles	Ressources documentaires, scientifiques, technologiques Sites fournisseurs Réglementation en vigueur en particulier dans le domaine de la santé Presse professionnelle, magazines, visuels, moyens de communication de type publicitaire,... Collections, salons, événements,...	Diversité des ressources utilisées Données fiables, actualisées Rigueur de la recherche et de l'analyse Choix pertinent des informations à transmettre, du mode de diffusion Prise en compte des évolutions et des tendances
A1.2 : Echanger des informations et des données avec divers interlocuteurs ou services		Esprit de synthèse Message adapté aux interlocuteurs Formalisation Choix adapté du mode de communication Maîtrise des techniques de gestion de groupe et d'animation
A1.3 : Assurer une veille artistique permanente dans le domaine de la création et de la mode		Sélection de la documentation permettant d'identifier les tendances, les nouveautés, les collections du moment Repérage et suivi des tendances Identification des événements porteurs du secteur de la coiffure et des secteurs associés (mode, esthétique, design...)

A2 : Concevoir et mettre en œuvre des services		
Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
A2.1 : Identifier les besoins et les attentes des interlocuteurs	Enquête de satisfaction Etudes de marché Résultats d'enquêtes de	Repérage et hiérarchisation des besoins, des attentes du client Questionnement adapté

	cabinet de tendances	
A2.2 : Proposer et réaliser des prestations de coloration, de mise en forme associant coupe et coiffage	Panels de professionnels, de consommateurs Tous produits, matériels et équipements professionnels de coiffure Ressources documentaires, presse, revues, magazines, site internet...	Prise en compte du diagnostic Proposition de prestations simples ou combinées adaptées au diagnostic et aux attentes du client Choix adapté des techniques, des appareils des produits Suivi et évaluation de la prestation en cours et en fin de réalisation
A2.3 : Adapter sa pratique, enrichir son expertise en tenant compte de l'évolution des produits, des matériels, des techniques et des tendances	Données scientifiques et techniques sur les produits, les matériels, les équipements...	Prise en compte des contextes économiques, juridiques, sociaux et de l'évolution des tendances Identification des pratiques et technologies innovantes Prise en compte de la réglementation en vigueur, du développement durable, la démarche qualité et la protection du professionnel et du consommateur
A2.4 : Elaborer des protocoles innovants (prestations ou services)		Propositions innovantes et réalisables Prise en compte des nouvelles tendances

A3 : Conseiller, vendre en tant qu'expert

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
A3.1 : Etablir une relation de communication professionnelle adaptée à différents interlocuteurs	Objectifs, politique et culture de l'entreprise Données et informations sur les clients, les fournisseurs, les partenaires Données sur les contextes : économique, sociologique, culturel, ... Etude de zone de chalandise, études de géo mercatique, résultat des panels... Dossiers produits, comptes clients, dossiers fournisseurs Outils et documents professionnels	Prise en compte des enjeux de la demande et de son contexte Attitude facilitant la communication Message pertinent, adapté au contexte, à l'interlocuteur Démarche de négociation construite et judicieuse Propositions argumentées, réalistes et stratégiques
A3.2 : Participer, en tant qu'expert, à l'élaboration d'un plan de communication de l'entreprise		Détermination de l'objet et des objectifs du plan de communication Contribution à la définition de la cible et vérification de la lisibilité Détermination de supports adaptés, repérage des moyens innovants à mettre en œuvre Prise en compte du cahier des charges Détermination des modalités de suivi et d'accompagnement de la mise en œuvre Proposition d'évaluation du plan de communication
A3.3 : Concevoir et conduire des actions d'animation, d'information, de formation et de développement commercial	Colloques, salons, journées de formation, séminaire, shows,	Adéquation avec le plan de communication Respect de l'image de la marque, de la culture, de la stratégie de

	défilés Plan de communication, supports outils de communication et de formation Présentation des tendances Budget	l'entreprise Prise en compte des publics concernés, des attentes, des contraintes, de la concurrence Outils, moyens et méthodes adaptés aux objectifs, à la situation de communication Contenus sociologiques, scientifiques, technologiques, réglementaires actualisés et adaptés Suivi de l'impact des actions Proposition de mesures d'amélioration
A3.4 : Inscrire son action dans une stratégie		Repérage des marges de négociation en fonction des objectifs et des contraintes économiques, sociales, organisationnelles... Argumentaire précis et cohérent au regard des possibilités

A4 : Réaliser une étude technique sur un produit ou un service		
Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
A4.1 : Elaborer ou adapter un protocole d'utilisation	Fiche technique, fiche produits, Données scientifiques, technologiques, concurrentielles Protocoles, cahiers des charges Contexte professionnel	Pertinence de la prise en compte du contexte (marché, gamme), des caractéristiques des produits, de la marque, du plan d'action Identification de la cible Choix adaptés des méthodes, des techniques en fonction des produits et du résultat attendu Respect des étapes et de leur chronologie Justifications scientifiques et techniques des points de vigilance Justification des adaptations et pertinence des propositions.
A4.2 : Objectiver l'efficacité d'un produit, d'une technique, d'un appareil	Protocoles Gammes de produits Fiche technique Appareils	Choix d'un protocole Vérification de la pertinence des différents paramètres : temps, efficacité, résultat obtenu par rapport à l'attendu Comparaison avec des références standardisées (nuanciers, temps de pause, temps moyen estimé de réalisation/technique...) Etude comparative de produits similaires dans une même gamme ou une gamme annexe Estimation de l'efficacité et proposition si nécessaire d'adaptation
A4.3 : Elaborer une note de synthèse		Présentation argumentée des constats et des résultats Formulation d'une conclusion avec repérage des points faibles et des points forts du produit ou du service

FONCTION B : GESTION MANAGEMENT

B1 : Elaborer des projets entrepreneuriaux (création, reprise d'entreprises)		
Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
B1.1 : Identifier les opportunités et les menaces du marché, identifier les potentialités d'une zone de chalandise	Etudes de marché (local, national, international) Contexte commercial (zones de chalandise, géomercatique, comportement des consommateurs et consommateurs potentiels) Résultats d'enquêtes professionnelles : chambres consulaires, INSEE, etc. Résultats de panels de consommateurs Presse spécialisée nationale et internationale Compte de résultats, plan de trésorerie, seuil de rentabilité, Cycle d'exploitation	Prise en compte des composantes de l'environnement d'une entreprise, du secteur d'activités Repérage des potentialités d'une zone de chalandise Mobilisation des techniques de prévision (ventes de produits, services et prestations) Recueil et sélection d'informations primaires et secondaires Veille concurrentielle et informationnelle
B1.2 : Déterminer une opportunité d'affaire	Tableaux de bord Dossier produits, conditions commerciales, comptes fournisseurs et clients Objectifs commerciaux et financiers Exemples de concepts, de contrats de licence de marque, de franchise, etc. Exemples de business plans, business model Plans de financement, Sites internet des banques,	Elaboration d'un prévisionnel (d'activités, de ventes, de rentabilité, ...) Choix justifié d'une implantation d'un salon (création/reprise) Diagnostic interne fiable Prise de conscience des risques inhérents au projet

B 1.3 : Concevoir et défendre un concept de création ou de reprise d'entreprise	organismes de prêts, d'aide à la création d'entreprise, (APEC, Chambre des métiers et de l'artisanat, CCI, sites professionnels de la coiffure, etc. Logiciel de gestion de projet	Rédaction d'un business plan, d'un business model Proposition argumentée du concept, de l'offre proposés, du type de commerce retenu, de la forme juridique envisagée et de ses principaux effets fiscaux, sociaux, patrimoniaux. Respect des objectifs et contraintes de l'organisation Prise en compte de la législation (bail, franchise, contrat de licence de marque, contrats de travail,...) Respect de la méthodologie de projet
---	---	--

B2 : Participer à la gestion d'une entreprise et à la mesure de ses performances		
Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
B 2.1 : Actualiser le système d'information	Cas simplifiés d'entreprise : indicateurs clefs quantitatifs et qualitatifs de performance d'un salon, d'un service commercial, de la profession Tableaux de bord commercial, social Statistiques commerciales, saisonnalité Objectifs commerciaux (quantitatifs et qualitatifs), financiers, humains (quantitatifs et qualitatifs), productifs de l'entreprise Bilan, bilan fonctionnel et compte de résultats Budget de trésorerie et cycle d'exploitation	Elaboration de fichiers Clients / Fournisseurs opérationnels Veille informationnelle Prise en compte du cadre juridique

B 2.2 : Apprécier la situation de l'entreprise et ses performances	Logiciels de gestion commerciale, de base de données Progiciel de gestion intégré Rôle des produits et des prestations dans la gamme et à la création de valeur (cycle de vie des produits, matrice BCG)	Suivi régulier de la base de données clients. Choix des indicateurs pour les requêtes Calcul d'indicateurs de performance Analyse des indicateurs de performances utilisés dans l'entreprise Mise en évidence des écarts et analyse de leur(s) origine(s)
B2.3 Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions	Informations sur le marché, les concurrents, la zone de chalandise, statistiques des ventes Saisonnalité Résultats d'enquête de satisfaction clientèle Exemples d'actions mises en œuvre par les concurrents en matière de mix-marketing Stratégie, position, positionnement, cible (s) de l'entreprise Éléments permettant d'établir les diagnostics internes et externes Méthodes de prévisions Tableaux de bord commerciaux Moyens alloués Logiciel de gestion de projet	Elaboration d'un plan d'actions Cohérence des actions dans une perspective systémique (niveaux commercial, mercatique, ressources humaines, organisationnel) et dans le respect de la politique générale de l'entreprise, du franchiseur, de la marque Conduite des différentes étapes de la démarche de projet : • Etude de besoins, • Prise en compte des ressources matérielles, financières et humaines, • Identification des partenaires, • Conduite, suivi et évaluation du projet. Elaboration d'un compte rendu fidèle et critique à destination de la hiérarchie Mobilisation des collaborateurs dans la démarche de projet
B2.4 : Gérer les relations commerciales avec les clients et les fournisseurs	Conditions générales de ventes Objectifs commerciaux Tarifs produits Fichiers clients et prospects Informations clients, prospects, fournisseurs Informations produits, prestations, services associés et conditions commerciales Fiches techniques produits Objectifs commerciaux Résultats d'étude de satisfaction, de panels Exemples de contentieux avec des clients Offres de fournisseurs, conditions générales des ventes, fiches produits, position, positionnement,	Conception et mise en place d'une politique d'accueil en salon, en lien avec « le parcours clients » Elaboration d'outils et supports à la négociation-vente tenant compte de l'offre de l'entreprise (conditions générales de vente) Mise en œuvre d'une Négociation-vente efficace Respect de la politique générale de l'entreprise, du franchiseur, de la marque dans les phases de négociations Evaluation de la satisfaction clientèle (Utilisation d'indicateurs quanti- et qualitatifs)

	réputation, Recherche documentaire, devis, choix de critères de sélection, cahier des charges des produits à acheter, prévisions des ventes, saisonnalité, étude de marché, budget achat, capacité de stockage	Sélection rigoureuse des fournisseurs Mise en œuvre d'une négociation- achat efficace (conditions générales d'achat) Installation d'une relation partenariale Suivi rigoureux et adapté de la relation commerciale Gestion des impayés Prise en compte du cadre juridique
B 2.5 : Gérer les produits et les matériels	En entreprise de distribution En salon (variable selon le type de salon) : Données sur les attentes, les besoins des consommateurs, l'activité commerciale Cadre réglementaire (hygiène, sécurité, etc.) Conditions de garantie liées aux appareils. Cycle de vie Exemples de contentieux Politique d'achat du franchiseur, du siège en matière d'assortiment et de service. Positionnement et objectifs du point de vente Plan d'actions commerciales	Définition des seuils d'alerte pour les produits d'usage et produits à vendre en fonction de l'activité commerciale Prise en compte des délais de rotation des stocks Prise en compte des conditions fixées par les assurances, dates limites d'utilisation des produits Mise en œuvre d'actions correctrices

B3 : Développer et mettre en œuvre une politique de ressources humaines

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
B3.1 Recruter les collaborateurs	Fiches de poste Grilles d'entretien, d'embauche et évaluation Pratiques des entreprises concurrentes Exemples de cabinet de recrutement Exemples d'annonces de recrutement (presse, internet, réseaux sociaux) Exemples de contrats de travail Conventions collectives Grille de rémunération Exemples de curriculum vitae, de lettres de motivation Livret d'accueil des nouveaux arrivants	Définition des profils de poste Identification et mise en relation des compétences nécessaires Mise en œuvre des méthodes de recrutement (méthodes classiques, e.recrutement) Adaptation d'outils (profil de poste, grille d'entretien) Maîtrise de la technique d'entretien d'embauche Justification du type de recrutement (interne et externe) et du type de contrat (intérim, CDD, CDI, apprentissage) Elaboration de conditions d'accueil et d'intégration du nouvel arrivant. Prise en compte du cadre juridique (période d'essai, contrat de travail, non discrimination, temps de travail, etc.).

B3.2 Encadrer l'équipe et organiser les activités	Règlement intérieur Indicateurs de climat social Planning Compte rendu d'activité Exemple d'entretiens professionnels et d'entretien annuel d'évaluation Performances individuelles et collectives Tableau de répartition des tâches, emplois du temps, planning	Définition des tâches, missions et délégations en fonction des compétences des salariés, des profils de poste, des spécificités de l'activité économique et des contraintes réglementaires, juridiques, de la convention collective, etc. Fixation d'objectifs commerciaux réalistes Analyse du fonctionnement de l'équipe Repérage des potentiels dans l'équipe Mise en œuvre des techniques d'animation de groupe, de conduite de réunions et d'entretien individuel, de résolution de conflits
B3.3 : Former et motiver les collaborateurs	Objectifs et résultats commerciaux (de l'entreprise, des collaborateurs, des concurrents) Simulation d'entretiens d'évaluation Information sur l'évolution du marché et de la demande Tickets de caisse, tableau de bord commerciaux, résultats d'enquêtes de satisfaction clientèle, client mystère, extrait d'entretiens annuels collaborateurs-managers Programme de formation, de stimulation Exemples de prestations proposées par des cabinets Pratiques des concurrents et de l'entreprise Budget disponible	Analyse du climat social et de la performance des collaborateurs (collective et individuelle). Mise en œuvre d'entretiens (entretien d'évaluation, entretien professionnel) en tenant compte du cadre juridique Conception d'outils supports à l'entretien (guide d'entretien, fiche de synthèse) Maîtrise des règles d'entretien Fixation d'objectifs, de proposition d'évolution professionnelle, de formation Respect de la déontologie dans le cadre de l'évaluation. Mise en place d'actions correctrices justifiées Elaboration d'un plan de formation adapté aux besoins des salariés et de l'entreprise. Respect du budget alloué Suivi des actions

FONCTION C : DEFINITION ET MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE COMMERCIALE

C1 : Concevoir et assurer la promotion de produits, matériels, services ou prestations		
Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
C1.1 : Elaborer le projet s'inscrivant dans la stratégie commerciale de la marque, de l'entreprise	Position et positionnement de la marque, de l'entreprise Consignes et recommandations du franchiseur, du siège Cahier des charges	Prise en compte des facteurs et éléments qui induisent la stratégie commerciale et le projet - Economiques - Environnementaux - Objectifs et contraintes de l'entreprise Définition du projet : objectifs, moyens, tâches, étapes, durée, ressources nécessaires, coût

		prévisionnel
C1.2 : Concevoir et mettre en œuvre les opérations de lancement et de promotion de produits, matériels, services ou prestations	Objectifs commerciaux Données produits, matériels, services, prestations Contraintes budgétaires, humaines, ... Environnements concurrentiel, juridique, réglementaire ... Base de données clients Profil et potentiel (rentabilité) des clients, des segments Evolution des ventes Outils de gestion de projet	Cohérence des moyens et supports d'information et de communication retenus avec les objectifs et contraintes du salon (budget, temps) Elaboration d'un cahier des charges, Constitution d'une équipe projet et définition des missions et des tâches Identification et analyse des segments de clientèle Mise en relation des supports de communication avec les cibles Conception d'actions promotionnelles adaptées aux objectifs et budgets Cohérence avec le marketing mix Evaluation des actions et mise en œuvre d'actions correctrices Elaboration de documents de suivi (bilans intermédiaires) et d'évaluation finale (bilan global)

C2 : Garantir, promouvoir la qualité des produits, des matériels, des prestations et des services

Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
C2.1 : Mettre en œuvre un « process » qualité	Résultats d'enquêtes de satisfaction Client mystère Taux de fidélisation, tableau de bord salon Plan de communication de l'entreprise et pratiques concurrentielles Référentiel/charte qualité Caractéristiques techniques produits, caractéristiques services Veille technologique	Elaboration d'un diagnostic produits, services Identification de la satisfaction et des attentes clientèle Prise en compte de l'évolution technologique Identification des critères de qualité d'un produit ou d'un service (du parcours client dans un salon en particulier) Elaboration d'un référentiel qualité Mise en œuvre d'une démarche de projet Mise en relation de la qualité de service, de l'efficacité et de la rentabilité au regard du concept Mise en œuvre d'une démarche de développement durable
C2.2 : Transmettre et impulser la qualité de service auprès des partenaires, de l'équipe		Elaboration d'une stratégie de communication et d'outils adaptés Communication adaptée à a cible Les procédures qualité sont formalisées, adoptées et actualisées
C2.3 : Evaluer la qualité du « process »		Choix pertinent des indicateurs de suivi Evaluation et mise en œuvre d'actions correctrices Respect du concept (positionnement) dans la démarche qualité

C3 : Traduire la stratégie commerciale dans l'espace professionnel		
Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
C3.1 : Caractériser la stratégie commerciale	Plans de locaux professionnels Concept Normes, réglementations, Notices techniques Protocoles des services Données de l'entreprise	Identification et compréhension des principes qui induisent la stratégie commerciale (marché). Choix conformes au business plan Connaissance des enjeux de l'agencement commercial (pour les

C3.2 : Mettre en œuvre une stratégie commerciale dans l'espace professionnel	Business plan Charte DD Cahier des charges franchiseurs	clients, les salariés) Respect des consignes des franchiseurs pour les salons franchisés Optimisation de l'espace de vente au regard des objectifs et contraintes
--	---	---

C4 : Développer et mettre en œuvre une politique de prospection et de fidélisation		
Compétences	Moyens et ressources	Indicateurs d'évaluation
C4.1 : Etablir un audit commercial, un état des lieux	Positionnement, stratégie et objectifs de l'entreprise Actions menées par l'entreprise : plan d'actions commerciales, budgets alloués Actions définies par le franchiseur, le siège. Informations sur le marché local et les pratiques concurrentielles.	Prise en compte de la stratégie de l'entreprise, de ses ressources et contraintes. Prise en compte des indicateurs commerciaux
C4.2 : Gérer la relation clientèle (vente-conseil et achat) dans un cadre « B to B » et « B to C »	Résultats d'enquêtes de satisfaction, de panels, d'études professionnelles. Information sur le comportement d'achat, panier moyen, Indicateurs de fréquentation, de fidélité, panier moyen Informations produits, prestations, services associés et conditions commerciales, fiches clients, fiche prospects, Tickets de caisse, Indicateurs de la profession	Sélection rigoureuse des fournisseurs et mise en place des partenariats Prise en compte des besoins et potentiels du client Utilisation des techniques et outils de ventes adaptés Argumentaire reposant sur la connaissance technique des produits et des services Adaptation de l'argumentaire de vente au profil du client Suivi de la satisfaction clientèle Maîtrise des conditions de vente
C4.3 : Concevoir et mettre en œuvre des actions de prospection et de fidélisation		Adoption d'une démarche de projet Définition d'objectifs réalistes Elaborations de fichiers prospects et clients qualifiés opérationnels Choix des cibles et pertinence de la segmentation Elaboration de budgets opérationnels Elaborations de plans d'actions pertinents et rentables Pilotage de l'équipe commerciale et répartition des missions et tâches Mise en œuvre de techniques de prospections – négociation-vente

	efficaces Proposition de devis et formulation d'offres commerciales Mise en œuvre d'un suivi de l'action Repérage des indicateurs clés pour définir les marges de progression Mise en œuvre d'actions correctrices Respect de la législation Choix de prestataires potentiels
C4.4 : Evaluer leur mise en œuvre	Appréciation de l'efficacité et de l'efficience des actions Utilisation d'indicateurs de performances commerciales

SAVOIRS ASSOCIÉS

Sciences et technologies

Les enseignements : physique et chimie appliquées, biologie appliquées, cosmétologie appliquée et technologies professionnelles permettent d'asseoir les pratiques professionnelles des techniciens supérieurs sur des bases scientifiques solides, construites à partir du contexte professionnel.

Ainsi, que ce soit dans sa pratique professionnelle de coiffeur, dans ses activités de formateur, dans la gestion durable d'un salon, le technicien supérieur saura expliquer les techniques mises en œuvre, les justifier, choisir les produits nécessaires, la lumière adéquate..., saura gérer les différentes contraintes liées à la gestion des flux...

Ces enseignements scientifiques seront également un atout essentiel pour le professionnel, lui assurant de mieux appréhender les évolutions technologiques qu'il rencontrera dans sa carrière et de s'inscrire dans le cadre d'une formation tout au long de la vie

Physique et chimie appliquées

Les savoirs associés de physique-chimie appliquées sont organisés selon quatre grands principes directeurs :

- la mise en activité des étudiants, en s'appuyant notamment sur une approche documentaire et la démarche expérimentale ;
- la mise en contexte des connaissances et des capacités à partir d'objets technologiques, de procédés simples ou complexes, relevant du domaine professionnel de la coiffure. Leurs utilisations dans des domaines professionnels variés et la prise en compte des besoins et des contraintes du secteur professionnel sont développés ; L'adaptation aux besoins individuels des étudiants : un certain nombre des capacités exigibles du programme relevant des programmes de lycées étant souvent maîtrisées par les étudiants, la progression tient compte des acquis des étudiants la mise en cohérence des différents enseignements scientifiques et technologiques réalisée par une articulation de la progression de physique-chimie avec celles mises en œuvre dans les enseignements de biologie et de technologie.

Ces savoirs associés sont présentés sous forme de modules correspondant à des domaines de physique ou de chimie. Chaque module présente les notions abordées et les compétences visées. Cette présentation est précédée d'une liste non exhaustive de contextualisations professionnelles possibles qui permet d'appréhender ces notions et de les illustrer dans un ou plusieurs champs professionnels en lien avec les enseignements de cosmétologie appliquée et de techniques professionnelles.

Entrées métiers : « Etats de la matière »

- Exemples de formulation de quelques produits judicieusement choisis pour distinguer une espèce organique d'une espèce minérale
- Exemples de liaisons fortes (liaison covalente, liaison disulfure) et de liaisons faibles (liaison hydrogène) -
- Technologie de la machine « générateur de vapeur »
- Influence de la température sur un volume gazeux : problème de stockage des produits professionnels

États de la matière	
Notions et contenus	Capacités exigibles
1. Structure de la matière	
Atome	Connaitre la composition d'un atome. Connaitre les constituants du noyau. Utiliser le symbole A_ZX pour déterminer la composition d'un atome.
Eléments chimiques : isotopes et ions monoatomiques La classification périodique	Utiliser la classification périodique des éléments pour retrouver la charge des ions monoatomiques usuels. Décrire l'évolution des propriétés des atomes en fonction de la place occupée dans la classification: masse molaire de l'élément, propriétés chimiques, rayon atomique, énergie d'ionisation, électronégativité.
Quantification des niveaux d'énergie de la matière Interaction lumière-matière Energie d'un photon	Exploiter un diagramme de niveaux d'énergie pour déterminer les longueurs d'onde associées au photon dans un processus d'émission ou d'absorption.

Edifices (molécules, ions) covalents : liaisons covalentes, géométrie et orbitales moléculaires	A l'aide des règles du duet et de l'octet déterminer le nombre de liaisons covalentes que peut établir un atome. Pour quelques molécules simples, exploiter la représentation de Lewis de la molécule pour prévoir si la molécule est polaire. Mettre en relation la représentation de Lewis et la géométrie des molécules (méthode VSEPR) Différencier les liaisons simples et doubles.
Interactions faibles liaisons hydrogène et liaison de Van der Waals	Associer la présence de ces interactions aux propriétés physiques et chimiques des corps et à des effets macroscopiques.
2. États de la matière	
Les trois états de la matière	Décrire les états solide, liquide, gaz à l'aide de l'échelle microscopique. Définir les changements d'état des corps purs : fusion, solidification, vaporisation, liquéfaction, sublimation, condensation. Etudier, sur un exemple, l'effet de la température de changement d'état lors de l'ajout d'un additif.
3. Cas particulier des gaz	
Le modèle du gaz parfait	Exploiter l'équation d'état des gaz parfaits dans le cas d'un seul gaz et dans le cas d'un mélange de gaz parfaits.

Entrées métiers : « L'eau solvant »

- L'alimentation en eau d'un salon : dureté de l'eau, principe de l'échange d'ions dans les résines, influence de la dureté de l'eau sur le pouvoir moussant.
- Incidence du taux d'humidité dans la structure du cheveu et ses caractéristiques physiques (diamètre, longueur et résistance).
- Les tensioactifs : classification et propriétés, mode d'action ; leur rôle d'agent de liaison entre eau et huile
 - o Formation d'émulsion ; formation de micelles ;
 - o mode d'action d'un détergent, d'un émulsifiant ;
 - o tensioactifs anioniques, cationiques, non ioniques et amphotères: structure générale, propriétés, rôle
- Exemples de produits hydrosolubles, liposolubles et amphiphiles : Phase aqueuse et phase organique : coefficient de partage (produits de coiffage, produits siliconés, masques, shampoing).

L'eau solvant	
Notions et contenus	Capacités exigibles
L'eau, solvant polaire et protique : moment dipolaire, permittivité relative, liaison hydrogène. Propriétés acido-basiques de l'eau : autoprotolyse, produit ionique	Expliquer le pouvoir dissociant, ionisant et hydratant de l'eau en lien avec ses propriétés physiques et sa structure moléculaire. Différencier hydratation et hydrolyse. Écrire l'équation chimique de la réaction d'autoprotolyse de l'eau et exprimer la constante d'équilibre (produit ionique).

Entrées métiers : « chimie organique »

- Les familles de molécules organiques utilisées dans les métiers de la coiffure: alcanes, alcènes, alcools, aldéhydes et cétones, acides ;
- **Propriétés des alcools en tant que solvants** : solubilité des alcools dans l'eau, rôles des alcools et des polyalcools comme solvants (éthanol, propanediol, dipropylène glycol), rôle de la glycérine comme hydratant et lubrifiant ;
- **Les alcools gras** et leur utilisation en cosmétique capillaire : alcool stéarique, octyldodecanol...
- **Les acides organiques** : structure et propriétés, importance des α -hydroxyacides AHA et leur utilisation en cosmétique capillaire : acide citrique, nettoyage des liaisons ioniques...
- **Les acides gras** (acide stéarique), les lipides, les shingolipides, les céramides et les cires...
- **Les esters** : leur utilisation en cosmétique capillaire, réactions d'estérification et d'hydrolyse (ester d'acide thioglycolique dans les permanentes acides), importance des esters en parfumerie ;
- **Les amines** : leur utilisation comme agent alcalin (propriétés, limites)

- La nature des liaisons mises en jeu dans les différentes techniques de coiffage : permanente, lissage...

Chimie organique	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Structure et propriétés des molécules organiques	
La nature, source d'inspiration du chimiste	Extraire et exploiter des informations sur - les différentes espèces organiques que l'on peut trouver dans la nature et leurs usages, - la recherche de nouvelles espèces naturelles, - les moyens utilisés par les chimistes pour extraire et identifier des substances naturelles.
Importance des molécules organiques	Extraire et exploiter des informations pour montrer l'intérêt des molécules organiques utilisées dans le milieu de la cosmétique capillaire.
Relation structure – propriétés : électronégativité, polarité, interactions intermoléculaires, liaison hydrogène Dissolution d'une espèce organique dans un solvant. Cas d'un solvant protogène (protique)	Déterminer la polarité d'une liaison. Interpréter à l'aide des interactions intermoléculaires : - l'évolution des températures de changement d'état, - la solubilité d'une espèce organique dans un solvant donné en fonction des grandeurs caractéristiques de celui-ci (moment dipolaire, permittivité relative). Expliciter le choix d'un solvant adapté à la dissolution d'une espèce donnée en faisant un lien avec sa toxicité.
Réactivité des molécules organiques	
Réactivité des molécules organiques	Identifier dans l'écriture symbolique d'une transformation chimique le réactif principal, le produit principal, le solvant, les conditions opératoires. Analyser chaque étape en termes de modification de groupe caractéristique, de chaîne. Distinguer les différents types de réactions : addition, élimination, substitution, réaction acido-basique.
Interprétation d'une transformation chimique à l'aide d'un mécanisme réactionnel	A partir d'exemples de transformations chimiques pris dans les situations professionnelles du BTS et des mécanismes réactionnels associés : Identifier les sites nucléophile/électrophile (en lien avec la structure de Lewis) et le caractère acido-basique au sens de Brønsted des différents réactifs.

Entrées métiers : « réaction chimique »

- Importance de la concentration dans la formulation d'un produit (produit pour permanente, eau oxygénée) exemple dans les milieux biologiques
- Exemples d'équilibres: Réaction d'estérification de l'acide thioglycolique et du glycol, influence des masses en présence, déplacement d'équilibre (précurseurs de coloration)
- Exemples de réactions chimiques : décomposition de l'eau oxygénée en milieu alcalin, ouverture des ponts disulfures sous l'action d'un agent réducteur

Réaction chimique	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Réaction chimique	
Masses molaires atomique et moléculaire : $M \text{ (g.mol}^{-1}\text{)}$	Calculer une masse molaire moléculaire à partir des masses molaires atomiques Connaitre et exploiter les différentes relations permettant de calculer une quantité de matière exprimée en mole.

La quantité de matière, son unité : la mole	
Réaction chimique : écriture symbolique, réactif limitant, stœchiométrie, avancement, bilan de matière	Dans le cas où une transformation chimique peut être modélisée par une seule réaction chimique : - Écrire l'équation de réaction associée avec les nombres stœchiométriques corrects - Réaliser un bilan de matière - Identifier le réactif limitant. Définir la notion de mélange stœchiométrique Étudier expérimentalement l'évolution d'un système siège d'une transformation chimique
Equilibre chimique	
Équilibre, constante thermodynamique d'équilibre, déplacement ou rupture d'équilibre	Définir les équilibres homogène et hétérogène. Connaitre et exploiter la relation entre la constante thermodynamique d'équilibre, $K(T)$, et les concentrations des espèces dissoutes (cas idéal) Prévoir qualitativement l'influence de l'introduction d'un réactif en excès ou de l'élimination d'un produit formé sur un équilibre. Exploiter les relations permettant de prévoir les conditions d'évolution spontanée et d'équilibre.

Entrées métiers : « pH-métrie et réactions acide-base »

- Importance du contrôle du pH (par exemple dans la formulation et l'utilisation de produits capillaires)
- Importance de l'ammoniaque : son action spécifique en coloration, réaction avec l'acide thioglycolique
- Les propriétés des solutions tampons et leur intérêt dans les milieux biologiques (à partir d'exemples)

Chimie - pH-métrie et réactions acide-base	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Ions en solutions	Identifier un cation et un anion. Savoir qu'une solution aqueuse est globalement neutre. Connaitre et exploiter l'expression de la concentration molaire d'une espèce ionique dissoute.
Théorie de Brønsted : acides forts, bases fortes, acides faibles, bases faibles Le pH d'une solution aqueuse Notion d'équilibre ; couple acide-base ; constante d'acidité K_a. Domaines de prédominance Solutions tampons Titrages mettant en œuvre une réaction acidobasique dans les produits de la vie courantes : équivalence ; indicateurs colorés acido-basiques ; suivi pH-métrique	Définir les termes suivants : acide, base au sens de Brønsted. Reconnaître un acide (fort/faible), une base (forte/faible) dans la théorie de Brønsted. Calculer le pH d'une solution aqueuse dans des cas simples (solutions acide et basique). Mesurer le pH d'une solution aqueuse. Construire et exploiter les diagrammes de prédominance. Identifier l'espèce prédominante d'un couple acide-base connaissant le pH du milieu et le pK_a du couple. À l'aide d'un diagramme de répartition obtenu par simulation, déterminer le pourcentage en acide et en base d'un couple acide – base à un pH donné. Écrire l'équation chimique d'une réaction acidobasique et exprimer la constante d'acidité, les couples étant donnés. Définir une solution tampon. Mettre en évidence le pouvoir tampon Établir l'équation de la réaction support de titrage à partir d'un protocole expérimental ou des données. Mettre en œuvre des titrages acidobasiques. Repérer l'équivalence par colorimétrie, un suivi pH-métrique ou conductimétrie. Déterminer le titre en espèce dosée. Choisir et justifier le matériel utilisé.

Entrées métiers : « oxydoréduction »

- Importance des réactions d'oxydoréduction dans la formulation.
- Exemples de couples (acide thioglycolique et kératine, cystéine).
- Classification des couples en lien avec le domaine professionnel.
- Premières réactions de formation des colorants d'oxydation à partir des précurseurs (PPD, PTD, résorcinol, aminophénols...)
- Reconstitution des ponts disulfures, utilisation de l'eau oxygénée, importance de la « dose ».

Oxydoréduction	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Oxydant, réducteur Couple oxydant/réducteur	Reconnaître une réaction chimique d'oxydoréduction. Identifier l'oxydant, le réducteur, les couples oxydant/réducteur mis en jeu.
Réaction d'oxydo-réduction	Écrire l'équation chimique d'une réaction d'oxydoréduction, les couples oxydant/réducteur étant donnés. Classer quelques couples du point de vue électrochimique dans une approche expérimentale Prévoir qualitativement les transformations possibles en exploitant les potentiels standard d'oxydoréduction.

Entrées métiers : « cinétique »

- Les réactions favorisées par un rayonnement électromagnétique, application au casque IR (réactions souhaitées et réactions parasites)
- Les différents facteurs d'influence sur la vitesse de réaction dans les actes professionnels (coloration, permanente) temps de pause optimum, stockage des produits...

Chimie - Cinétique	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Réactions lentes, rapides ; facteurs cinétiques	Étudier expérimentalement l'influence de quelques paramètres sur la vitesse d'une réaction chimique (concentration, température, nature du solvant).
Catalyse : catalyse homogène, catalyse enzymatique	Mettre en œuvre une démarche expérimentale pour mettre en évidence le rôle d'un catalyseur. Extraire et exploiter des informations sur les différents types de catalyse.
Vitesse de réaction : vitesses moyennes, vitesses instantanées de disparition d'un réactif et de formation d'un produit.	Relier la vitesse de réaction à la vitesse de disparition d'un réactif ou de formation d'un produit. Mettre en œuvre une démarche expérimentale pour suivre l'évolution d'une quantité de matière au cours du temps ou d'une grandeur proportionnelle.
Évolution d'une quantité de matière au cours du temps. Temps de demi-réaction.	Déterminer une vitesse moyenne, instantanée de réaction à différentes dates en utilisant une méthode numérique ou graphique. Déterminer un temps de demi-réaction.

Entrées métiers : « polymères »

- Les différents polymères et leurs applications :
- Exemples d'utilisation des particules micronisées (huiles) dans la composition d'un produit.
- A partir de l'exemple de la kératine : état cristallin et amorphe (analogie avec le carbone).
- Analogie entre la chimie organique et la chimie des silicones :
 - o Structure de l'atome de silicium ; chimie du silicium ;
 - o les principales familles de silicones : classification, propriétés ;
 - o les silicones utilisées dans l'industrie capillaire : leur rôle et leur limite (par exemple, cyclométhicone, diméthicone, silicones cationiques), utilisation en association.
- Exemples de quelques polymères non organiques utilisés en cosmétique capillaire.

Matériaux organiques : polymères	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Polymères	
Les polymères : généralités	Extraire et exploiter des informations sur : - les principaux matériaux polymères utilisés dans la vie quotidienne, leurs modes de production, leurs domaines d'applications, - les avantages et inconvénients de l'utilisation de matériaux polymères.
Polymère, macromolécule, monomère, motif, groupes caractéristiques, réactions de polymérisation	A partir d'exemples, comprendre la formation d'un polymère à partir d'un monomère, identifier les groupes caractéristiques dans une macromolécule. Connaître un ordre de grandeur du degré de polymérisation.
Structure des polymères : - état semi-cristallin, état amorphe	Extraire et exploiter des informations pour relier quelques propriétés physiques et chimiques d'un matériau polymère à sa structure microscopique.
Vieillessement d'un matériau polymère	Citer quelques facteurs agissant sur la dégradation d'un matériau polymère.

Entrées métiers : « mécanique des fluides »

- Phénomènes de tension superficielle dans un mélange, un produit capillaire.
- Viscosité des produits capillaires : importance et mesures.
- Ecoulements dans une installation professionnelle pour tenir compte des pics d'activité intense et éviter les pertes de charge.
- Conservation de l'énergie à partir d'un cas qui permet des simplifications dans l'équation de Bernoulli.

Mécanique des fluides - Statique des fluides	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Pression dans un fluide	Exprimer la pression comme une force surfacique.
Tension superficielle	Citer des applications de la tension superficielle dans le domaine professionnel

Mécanique des fluides - Dynamique des fluides incompressibles	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Débit massique et débit volumique	Calculer un débit massique ou volumique.
Équation de continuité (ou conservation du débit)	Exploiter à partir d'un exemple, la conservation de la masse lors d'un écoulement permanent afin de déterminer la vitesse du fluide.
Conservation de l'énergie (Théorème de Bernoulli)	Exploiter, à partir d'un exemple, l'équation de Bernoulli sous forme de pressions ou de hauteurs, l'équation étant donnée.
Viscosité	Appréhender l'importance du phénomène de viscosité dans les écoulements.

Entrées métiers : « distribution de l'énergie électrique » :

- Installation électrique des locaux professionnels.
- Aménagements en relation avec les préoccupations EDD (lampes basse consommation).
- Dispositifs de sécurité dans les locaux (risques de sur-intensité).

Distribution de l'énergie électrique	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Réseau de distribution	Décrire le réseau de distribution de l'énergie électrique.
Tensions et courants	Caractériser une distribution triphasée : phase, neutre, tensions simples, tensions

triphases équilibrés	composées.
Puissance active et facteur de puissance	Calculer les différentes puissances mises en jeu dans une installation. Effectuer un bilan des puissances.
Sécurité électrique	Identifier les situations de risque d'électrocution. Citer les caractéristiques du régime de liaison à la terre de type T.T en précisant le rôle du conducteur de terre.

Entrées métiers : « transferts thermiques »

- Régulation de la température d'un local professionnel (ventilation, climatisation, air conditionné)
- utilisation des casques à résistance, à IR
- Relation entre chaleur et température, notion de capacités thermiques

Transferts thermiques	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Modes de transferts thermiques Calorimétrie	Décrire qualitativement les trois modes de transferts thermiques (conduction/diffusion, convection, rayonnement) en évoquant les causes microscopiques du transfert thermique. Prévoir le sens d'un transfert thermique entre deux systèmes dans des cas concrets.
rayonnement, énergie lumineuse $E=h \cdot \square$	Utiliser un capteur de lumière pour mesurer un flux lumineux. Positionner sur une échelle de longueurs d'ondes les spectres de différentes lumières : visible, infrarouge et ultraviolette. Evaluer les effets thermiques des rayonnements visibles, UV, IR, à l'aide de la puissance et du flux d'énergie rayonnée Exploiter les caractéristiques d'une source d'éclairage artificiel : efficacité énergétique, classe d'efficacité énergétique ; température de couleur, indice de rendu des couleurs (IRC).

Entrées métiers : « optique énergétique » :

- Les différentes sources lumineuses dans un local professionnel, et choix en fonction des différents postes (point diagnostic, coiffage...)
- Importance de l'éclairage sur la perception de la couleur des cheveux, d'une coloration, zone d'éclairage neutre.
- Notion de brillance, agents de brillance ;
- Le mélange des colorants capillaires : couleur obtenue, synthèse soustractive

Optique énergétique	
Sources lumineuses	
Notions et contenus	Capacités exigibles
Rayonnement à spectre continu, à spectre discontinu	Distinguer les différents types de spectres d'émission. Visualiser le spectre de la lumière émise par une source lumineuse. Déterminer expérimentalement les caractéristiques de quelques sources : efficacité énergétique, rendement quantique et sensibilité spectrale. Définir et exploiter le rendement énergétique d'une source lumineuse. Exploiter une notice technique de source lumineuse. Argumenter le choix de source de lumière à partir de caractéristiques (température de couleur, indice de rendu des couleurs, durée de vie).
Rayonnement laser	Expliquer l'utilisation du laser en regard de ses propriétés (directivité, monochromaticité, puissance).
Colorimétrie visuelle	
Couleur des objets	Exploiter les courbes de sensibilité spectrale de l'œil en vision diurne (photopique) et en vision nocturne (scotopique). Connaître des ordres de grandeurs de luminance visuelle dans les domaines photopique et scotopique. Classifier les couleurs en fonction de leurs paramètres physiques : teinte, luminosité et

	saturation. Indiquer les conséquences du métamérisme sur la perception des couleurs.
Synthèses additive et soustractive	Exploiter une étude expérimentale pour décrire le principe des synthèses additive et soustractive et quelques applications liées à la profession.
Représentations graphiques	Exploiter des documents pour décrire simplement les systèmes colorimétriques RGB et CIE XYZ.

Biologie appliquée

L'objectif de cet enseignement est de conforter, voire d'apporter, une culture scientifique spécialisée ainsi qu'un fonds lexical autorisant des échanges éclairés avec des professionnels du secteur de la coiffure mais aussi d'autres secteurs comme la médecine, la chimie, l'esthétique, l'inspection du travail. Les aspects physiopathologiques (physiologie, anomalies, altérations, pathologies) seront systématiquement envisagés, ce qui ne signifie pas pour autant qu'il faille atteindre un niveau médical ou même paramédical.

Les apparentes répétitions signalent en réalité différents points d'entrée. Le recoupement des informations et éléments proposés sera réalisé par un travail de synthèse multicritère qui fera que plusieurs approches pourront enrichir un thème unique.

Biologie appliquée

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

BIOLOGIE CUTANÉE	
La peau et le cuir chevelu : une comparaison Organisation histologique Composition, structure Physiologie du cuir chevelu : kératogenèse, mélanogenèse et autres fonctions métaboliques, immunologiques	Présenter l'organisation histologique de l'épiderme, du derme et de l'hypoderme puis comparer les structures de la peau et du cuir chevelu. Comparer la vascularisation et l'innervation de la peau et du cuir chevelu. Comparer les rôles des circulations sanguine et lymphatique. Caractériser la structure et l'ultrastructure des cellules qui composent la peau et le cuir chevelu. Comparer les flores du cuir chevelu et de la peau. Indiquer les conséquences de leurs différences. Décrire le processus de kératinisation. Préciser l'organisation moléculaire de la structure constituée (kératine, matrice interfibrillaire, substance intercellulaire). Préciser les facteurs modifiant la cinétique épidermique. Décrire la mélanogenèse en précisant les mécanismes cellulaires et biochimiques du processus. Indiquer le rôle immunitaire des cellules de Langerhans. Détailler la composition de la matrice extra cellulaire ainsi que son rôle.

Les annexes cutanées	
-----------------------------	--

Follicule pilo-sébacé Cycle pilaire Le cheveu	Présenter les caractéristiques structurales et histologiques du follicule pilo-sébacé. Décrire le cycle pilaire et indiquer les facteurs influençant la croissance des poils et des cheveux. Expliquer le rôle des androgènes, et des cellules souches. Indiquer la composition chimique du poil et du cheveu. Rappeler la structure de la kératine pilaire. Détailler la structure du cheveu en fonction des divers stades de croissance. Expliquer le mécanisme de pigmentation du cheveu et son apigmentation physiologique. Décrire les différents types de cheveux en fonction, notamment, de l'origine ethnique.
Glande sébacée	Décrire le mécanisme cellulaire de la sécrétion sébacée et sa régulation hormonale. Indiquer la composition et le rôle du sébum, les facteurs influençant sa production.
Glandes sudoripares eccrines et apocrines	Réaliser une étude comparative des glandes sudoripares : localisation, histologie, composition de la sécrétion, physiologie. Expliquer le mécanisme de formation de la sueur. Différencier sudation thermique et psychique. Montrer le mécanisme régulateur de la sudation thermique.
Film cutané de surface (hydrolipidique)	Présenter la composition du film cutané de surface. Préciser l'évolution de la composition du film cutané de surface. Préciser l'influence des modifications de composition du film hydrolipidique sur le cuir chevelu et sa flore, sur la fibre capillaire.
Écologie microbienne du cuir chevelu	Présenter la flore cutanée (flore résidente : les microorganismes et leur distribution sur la peau, les facteurs contrôlant la colonisation). Cas particulier de <i>Malassezia</i>. Appréhender les bases de l'écologie microbienne (notions de commensalisme, de saprophytisme ; notion de barrière protectrice). Aborder la notion de pouvoir pathogène et de porteur asymptomatique.

Physiologie cutanée et fonctions de la peau et du cuir chevelu	
Fonction sensorielle	Pour chacune des fonctions, préciser les rôles respectifs des tissus et cellules impliqués en veillant à mettre en évidence les spécificités du cuir chevelu Expliquer le mécanisme de la perception cutanée. Indiquer le rôle de l'innervation neurovégétative.
Fonction de protection (défense de l'organisme, hélioprotection...)	Exposer la participation de la peau, du cuir chevelu, du film hydrolipidique et de la flore à la défense de l'organisme.

Modifications cutanées et capillaires	
Action des hormones	Expliquer l'influence des hormones sur les caractéristiques visibles et les modifications histologiques et leurs conséquences sur le cheveu. Mettre en relation les taux de sécrétion avec les

Effets du soleil et des rayons ultraviolets	modifications de la peau, du cuir chevelu, de leurs annexes, des cheveux. Mettre en lien la pénétration des rayons dans la peau et leurs effets immédiats, retardés et à long terme. Décrire les manifestations cutanées. Décrire les conséquences sur la tige capillaire en fonction de son âge-longueur (couleur, état de surface, résistance mécanique...)
Facteurs environnementaux	Expliquer l'incidence des facteurs environnementaux sur la qualité du cheveu
Facteurs alimentaires et médicamenteux	Expliquer les incidences des facteurs alimentaires et médicamenteux sur la qualité du cheveu.
	Illustrer la relation entre la composition du cheveu (mémoire chimique) et son environnement <i>sensu largo</i> [applications en criminologie et recherche historique].
Renouvellement et vieillissement cutanés et capillaires	Décrire le renouvellement cellulaire. Définir et comparer nécrose et 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, du cuir chevelu et du cheveu (mettre en lien la qualité de l'activité du follicule pileux en fonction de son âge). Distinguer âge de la tige pileuse et âge du follicule

Pathologies du cuir chevelu et des cheveux	
Hôtes indésirables du cuir chevelu et du cheveu	Distinguer les parasites stricts (lente, nymphe, pou de la pédiculose) de la flore normale.
Lésions élémentaires du cuir chevelu	Indiquer les signes cutanés caractéristiques des différents types de lésions élémentaires. Préciser les principaux types de dermatoses concernées.
Anomalies et affections de nature fonctionnelle	Indiquer les signes cutanés caractéristiques, la nature du dysfonctionnement, les facteurs de survenue des anomalies de la kératogenèse, de la pigmentation, des anomalies vasculaires, des cheveux.
Allergies cutanées	Présenter les réactions d'hypersensibilité. Décrire les signes caractéristiques et les principales causes de l'eczéma de contact, de l'allergie de contact et de l'urticaire.

Ossature et muscles de la tête	
Définitions	Situer les os du crâne et les muscles superficiels de la tête.
Localisation	Présenter les diverses formes du crâne.

Hygiène alimentaire et qualité du cuir chevelu et du cheveu : cosmétique orale	
Besoins et apports	Présenter les besoins et apports recommandés en eau, en énergie.
Micronutriments	Indiquer les apports recommandés en micronutriments.
	Présenter leur intérêt au niveau du cuir chevelu et du

Compléments alimentaires	cheveu. Indiquer la composition et les effets recherchés des compléments alimentaires.
Interactions client/professionnel : mouvements, posture, ergonomie L'appareil musculosquelettique L'appareil circulatoire Le système lymphatique	Décrire les os, muscles, tendons, nerfs et circulation sanguine des membres. Décrire les relations fonctionnelles entre les os, muscles, tendons, nerfs et circulations sanguine et lymphatique. Préciser les effets de la position debout (statique) sur la circulation sanguine, le retour veineux, la circulation lymphatique. Présenter la structure du muscle strié squelettique. Exposer le mécanisme de la contraction musculaire. Présenter le phénomène de fatigue musculaire, de nocivité des gestes répétitifs : les exemples de la main et de l'épaule seront privilégiés (articulations, muscles, ligaments et tendons). Présenter les pathologies et maladies professionnelles, notamment les douleurs posturales et les troubles musculosquelettiques. Dégager les notions d'ergonomie et la nécessité de gestes et actions préventifs.
Interactions environnement/professionnel : inhalation de poussières et poudres et produits volatils L'appareil respiratoire	Présenter l'organisation générale de l'appareil respiratoire. Identifier les voies et lieux d'entrée dans l'organisme. S'appuyer sur l'asthme et les cancers d'origine respiratoire. En lien avec les conditions de travail, présenter les moyens de prévention.
Les allergies Le système immunitaire et ses dérèglements	Présenter l'organisation générale du système immunitaire. Identifier les voies d'entrée dans l'organisme. Exposer les réactions désirables et indésirables de l'organisme à un contact répété avec des produits exogènes physiques, chimiques, biologiques.
Notions de toxicologie	En lien avec le code du travail, présenter les risques et effets indésirables des produits capillaires et des produits d'entretien sous forme de poudre ou de liquide. Exposer l'intérêt de la veille réglementaire et identifier les sources d'information.
Hygiène et protection du produit capillaire	Présenter les modes de contamination microbienne. Justifier l'étiquetage des produits. Exposer les règles d'hygiène. Exposer les règles de bons usages techniques et de bonnes pratiques professionnelles
Structure et physiologie cellulaire Cellule animale	Décrire la structure et l'ultrastructure de la cellule

Différenciation cellulaire	humaine. Décrire les différents types de récepteurs cellulaires. Se limiter dans le détail aux diverses cellules du cuir chevelu.
Les biomolécules	Décrire les grandes familles des biomolécules d'intérêt ainsi que leurs propriétés. Présenter la kératine et le collagène. Décrire le rôle des diverses liaisons de faible niveau d'énergie dans les mécanismes de modifications naturelles ou artificielles de structure, temporaires ou permanentes. Montrer l'influence de l'humidité (ambiante) sur le cheveu
Du code génétique à la biosynthèse des protéines fonctionnelles	Décrire la biosynthèse de manière simple mais permettant la description et la compréhension du mode d'action d'actifs.
Physiologie cellulaire	Étudier les modes d'action de quelques actifs.

COSMETOLOGIE APPLIQUEE

L'approche globale de la cosmétologie permettra au titulaire du BTS Métiers de la Coiffure d'appréhender les multiples étapes de la vie d'un produit cosmétique capillaire et, notamment, celles visant à établir la sécurité et l'innocuité de ce produit.

Les compétences visées seront acquises à partir de l'étude de situations concrètes issues du domaine professionnel, notamment en s'appuyant sur les nombreuses informations relatives aux produits cosmétiques capillaires. Le produit cosmétique capillaire est omniprésent dans la vie quotidienne : documents, affiches, publicités, emballages... seront autant de supports de réflexion et d'analyse permettant de développer un esprit critique.

LES PRODUITS COSMETIQUES CAPILLAIRES Produits d'hygiène capillaire Produits de coiffage, de construction et de finition Produits de soins de la chevelure et du cuir chevelu Produits de coloration capillaire et oxydants associés Produits de mise en forme durable et fixateurs associés	
Connaissances	Commentaires
Produit cosmétique Définition Fabrication Mise sur le marché Contrôle Commercialisation (droits acteurs) Déclaration des établissements Composition	Définir un produit cosmétique capillaire Présenter les différentes catégories de produits capillaires, les différentes formes galéniques Mettre en lien les formes galéniques et les fonctions attendues. Exposer les objectifs de la réglementation REACH et les obligations qui lui sont liées (CLP ¹ ou SGH ²)
Ingrédients et excipients Nomenclature Composition formule	Définir et distinguer les notions d'ingrédient et d'excipient Exposer l'origine et les règles de la nomenclature INCI (<i>International Nomenclature of Cosmetic Ingredients</i>) Identifier les différentes familles d'ingrédients de la nomenclature INCI en lien avec l'enseignement de chimie appliquée A partir d'exemples de produits capillaires, identifier les différents ingrédients Aborder très succinctement la nomenclature américaine
Règles d'étiquetage d'un produit cosmétique capillaire	Présenter les règles d'étiquetage définies par la réglementation Rappeler les objectifs de la réglementation REACH et les obligations qui lui sont liées Montrer l'application de cette réglementation à quelques exemples de produits cosmétiques capillaires. Expliquer en quoi l'évolution de la réglementation conduit à supprimer ou substituer un ingrédient entrant dans la composition d'un produit cosmétique

¹ CLP=Classification, Labelling and Packaging of substances and mixtures

² SGH=Système Général Harmonisé

	capillaire
Formulation, R&D-produit	Mettre en évidence les déclinaisons de formulation d'un produit permettant de répondre aux besoins du client (nature des cheveux, du cuir chevelu etc.) Expliquer la synergie d'action d'ingrédients dans une formulation
Fabrication (notions simples)	Évoquer les règles de Bonnes Pratiques de Fabrication dans l'intérêt du consommateur (assurance qualité et sanitaire) Mettre en œuvre des protocoles simples de fabrication de quelques produits (shampooing, gel coiffant...) Évoquer la notion de <i>scale-up</i> (passage du laboratoire à la production industrielle)

SÉCURITÉ ET INNOCUITE DU PRODUIT COSMETIQUE CAPILLAIRE	
Connaissances	Commentaires
Protection du produit Conditionnement et packaging Stockage	Présenter l'intérêt pour le consommateur des <i>challenge-tests</i> réalisés par les fabricants Sensibiliser aux modes de contamination chimique et biologique des produits en cours d'utilisation. Réaliser un contrôle microbiologique mettant en évidence l'innocuité d'un produit cosmétique capillaire Justifier la durabilité des produits Évoquer les interactions possibles contenant-contenu. Évoquer l'incidence de la forme et de la matière des conditionnements sur la durabilité Mettre en lien les conditions de stockage et la durabilité des produits cosmétiques capillaires
Notion d'innocuité	Présenter le principe réglementaire d'innocuité. Évoquer l'évaluation bénéfice/risque
Aspects réglementaires	Énoncer les éléments réglementaires d'information sur la sécurité du produit cosmétique Exposer l'intérêt de la veille réglementaire et identifier les sources d'information

APPROCHE SENSORIELLE D'UN PRODUIT COSMETIQUE CAPILLAIRE	
Connaissances	Commentaires
Notions d'évaluation sensorielle	Exposer les bases de l'analyse sensorielle Définir la notion de caractère organoleptique Se limiter à l'étude de quelques exemples parmi les produits d'hygiène capillaire, de soins et de coiffage et d'entretien de la chevelure Faire le lien entre la composition d'un produit cosmétique capillaire et la perception pendant son utilisation Faire le lien entre la composition d'un produit cosmétique capillaire et le résultat final perçu par

	l'utilisateur
EFFICACITÉ D'UN PRODUIT COSMETIQUE CAPILLAIRE	
Connaissances	Commentaires
Efficacité d'un produit Retours d'informations en direction des fournisseurs	Enoncer les six critères communs pour les allégations relatives aux produits cosmétiques (conformité avec la législation, véracité, existence d'éléments probants, sincérité, équité et possibilité de choix en connaissance de cause) Mettre en relation tests et allégations Présenter l'intérêt de compléter le fichier-client de données relatives aux prestations déjà réalisées et à leur efficacité (satisfaction du client ; appréciation du professionnel ; remontées en direction des fournisseurs)

RÈGLEMENTATION, COSMETOVIGILANCE, VEILLE TECHNOLOGIQUE	
Connaissances	Commentaires
Mise sur le marché	Présenter les obligations réglementaires préalables à la mise sur le marché d'un PCC
Cosmétovigilance	Définir la notion de cosmétovigilance Présenter l'obligation de notifier les effets indésirables graves aux autorités compétentes et aux fabricants. Mettre en évidence l'intérêt de la tenue d'un fichier client dans un contexte de cosmétovigilance
Recherches documentaires	Exposer l'intérêt de la veille technologique et identifier les sources d'information Mettre en œuvre des techniques de recherche, de gestion documentaire, d'analyse d'informations concernant un PCC Évaluer la pertinence des informations recueillies. Repérer les diverses innovations scientifiques et technologiques du secteur

TECHNOLOGIE ET TECHNIQUES PROFESSIONNELLES

Ces savoirs associés sont abordés à partir de situations professionnelles, d'exemples concrets empruntés au domaine de la coiffure et développés en étroite relation avec la pratique professionnelle.

TECHNOLOGIE ET TECHNIQUES PROFESSIONNELLES DE COLORATION	
Connaissances	Commentaires
La coloration et les effets de couleurs	Expliquer les règles de la colorimétrie appliquées à la profession. Préciser les effets de la lumière sur le rendu des couleurs

Les mécanismes généraux de la coloration d'oxydation Les hauteurs de tons Les fonds d'éclaircissement Les performances produits Les facteurs de réussite	Mettre en relation l'action des techniques de coloration et les propriétés de la fibre capillaire notamment les transformations subies par les différents types de mélanine Justifier le choix des techniques et des produits au regard d'un diagnostic et d'un projet de couleur Définir les étapes préalables nécessaires pour assurer un résultat optimal (remontée de couleur, précoloration, gommage, nettoyage)
La coloration de surface La coloration directe Les familles de coloration d'oxydation : de la coloration d'oxydation non éclaircissante à la coloration d'oxydation très éclaircissante La décoloration	Expliquer et comparer le principe, les intérêts et limites : - de la coloration de surface - de la coloration directe: Expliquer le principe de la coloration d'oxydation en lien avec les enseignements scientifiques appliqués Pour une technique donnée : - indiquer les utilisations et les limites - justifier les étapes du protocole - présenter la technologie, les propriétés et actions spécifiques des produits utilisés - présenter l'incidence du produit sur la fibre capillaire - présenter et justifier les adaptations techniques possibles Argumenter les choix d'une technique, d'un produit, au regard du diagnostic, de l'attente du client et du résultat attendu
L'innovation au service de la coloration	Présenter les tendances en termes d'innovation technologique dans le domaine de la coloration Proposer un service de coloration innovant pour une cible repérée

TECHNOLOGIE ET TECHNIQUES PROFESSIONNELLES DE MISE EN FORME	
Connaissances	Commentaires
Les mécanismes généraux de la mise en forme Les performances produits Les facteurs de réussite	Expliquer les phénomènes mécaniques et chimiques mis en jeu dans la modification plus ou moins durable de la forme du cheveu. Les justifier à partir de la composition chimique du cheveu Justifier le choix des techniques et des produits au regard d'un diagnostic, des attentes du client et d'un projet de mise en forme Définir les étapes préalables nécessaires pour assurer un résultat optimal
L'échelle de la forme lisse et ses technologies L'échelle de la forme bouclée et ses technologies Incidence de l'utilisation des produits sur : - la fibre capillaire - la forme du cheveu et le volume de la chevelure - la durabilité de la mise en forme	Pour chaque technique - indiquer le principe de base, les utilisations et les limites - justifier les étapes du protocole - indiquer le choix et le rôle des matériels et des appareils associés Présenter la technologie associée à chaque technique, les propriétés et actions spécifiques des produits utilisés.

	Mettre en évidence l'influence de la concentration en réducteur et en agent alcalin sur la fibre capillaire et le résultat de la mise en forme Présenter l'importance du service soins associé la prestation technique Argumenter les choix d'une technique, d'un produit, au regard du diagnostic et du résultat attendu Présenter et justifier les adaptations techniques possibles
L'innovation au service de la forme	Présenter les tendances en termes d'innovation technologique dans le domaine de la forme Proposer un service innovant pour une cible repérée

TECHNOLOGIE ET TECHNIQUES PROFESSIONNELLES : SOINS - COUPE - COIFFAGE	
Connaissances	Commentaires
Le service soins : du shampoing spécifique au rituel complet	Présenter l'importance du service soins, associé à la prestation technique, pour le cuir chevelu et le cheveu
La géométrie de la coupe et l'effet produit Les principales techniques de coupe Les principaux outils de coupe et de coiffage et leurs caractéristiques Diversité et complémentarité des outils	Indiquer les effets de la géométrie de la coupe sur la matière (cheveux lisses, fins...) et sur les volumes Présenter les facteurs à prendre en compte pour obtenir la coupe (effet matière, géométrie de la coupe, objectif attendu...) Présenter les incidences de l'outil sur l'effet de la coupe en matière d'efficacité, de gestuelle, de créativité, d'ergonomie, de sécurité
L'influence de paramètres physiques sur les techniques de coiffage	Présenter les incidences sur la fibre capillaire des paramètres physiques (eau, vapeur, chaleur) sur les techniques de mise en forme et de coiffage
Tendances et styles de coupe, de coiffage	Montrer l'intérêt du coiffage pour mettre en valeur la prestation forme ou couleur (qualité, précision, efficience...) Analyser les données (stylisme, tendances, caractéristiques de la chevelure, morphologie...) à prendre en compte pour proposer une coupe, un coiffage. Présenter les tendances en termes d'innovation technologique dans le domaine de la coupe et de coiffage Proposer un service innovant pour une cible repérée Associer les possibilités offertes par les extensions, rajouts, accessoires techniques... et les effets attendus

ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL

IMPACT DE L'ACTIVITE SUR L'ENVIRONNEMENT	
Connaissances	Commentaires
Le développement durable Concept et enjeux Notion de RSE : « Responsabilité Sociétale des Entreprises »	Présenter le concept du développement durable. Analyser les enjeux environnementaux, économiques et sociaux dans le secteur de la coiffure Faire le lien avec la politique RSE d'une entreprise
Préoccupation environnementale : Ressources naturelles, considérations environnementales, biodégradabilité	Extraire et exploiter des documents relatifs à la surexploitation des ressources, à l'impact environnemental d'une activité, à la valorisation et traitement des eaux usées et des déchets Connaitre les critères de biodégradabilité d'un produit Argumenter le choix d'un composé dans un produit ou une gamme de produits étiqueté « bio » ou durable
Impact de l'activité sur les ressources : en eau en énergie sur la production de déchets sur la quantité et la qualité de l'air	Analyser l'impact du fonctionnement du salon et de l'activité professionnelle sur l'environnement : Proposer un plan d'action permettant une optimisation des ressources et des énergies intégrant les matériels et technologies innovantes Proposer une gestion responsable des déchets (éco-gestes, utilisation rationnelle des produits et des consommables)

AMENAGEMENT ET FONCTIONNALITE D'UNE ENTREPRISE DE COIFFURE	
Connaissances	Commentaires
Etude fonctionnelle d'un salon, d'une entreprise de distribution Critères d'implantation fonctionnelle : • surfaces • type d'espace (fixe ou modulable) • libre circulation • facilité d'accès et d'utilisation • parcours client Critères d'aménagement des espaces Mobilier et équipement Caractéristiques et critères de choix des matériaux Équipement fixe, mobiliers, et matériels nécessaires aux différentes activités	Étudier les contraintes des différents espaces en fonction des activités envisagées Étudier les différentes caractéristiques des espaces en se référant au : cadre réglementaire et aux normes françaises et européennes en vigueur Justifier le respect des volumes de protection des appareils sanitaires Déterminer avec l'aide d'un concepteur d'espace / architecte d'intérieur un concept d'aménagement Déterminer les différentes zones sur un plan « zoning » Interpréter un plan Respecter les règles d'hygiène et de sécurité Réaliser, à partir de situations réelles, une analyse critique de postes de travail existants, proposer des adaptations Analyser l'aménagement et l'équipement des espaces, des postes de travail. Proposer des critères d'efficience pour différentes situations (cohérence avec la culture et le concept de l'entreprise, contraintes économiques, esthétiques, de fonctionnalité, de sécurité, de confort, accessibilité...) Présenter différents mobiliers et leurs fonctionnalités pour différents espaces (espace shampoing : bac, fauteuil relaxant..., espace coiffage : fauteuil réglable et tabouret de coupe, miroir...) Mettre en place un cahier des charges, élaborer un « book » de préconisations et d'aide. Choisir, prioriser

	des actions Présenter différents matériaux en mettant en évidence leurs caractéristiques (confort, classification, esthétique, acoustique, facilité d'entretien...) Prendre en compte les dernières tendances et actualités en matière de revêtement
--	--

CONFORT ET SANTE AU TRAVAIL	
Connaissances	Commentaires
La politique prévention de l'entreprise	Repérer les principaux risques professionnels inhérents au secteur de la coiffure Participer à l'élaboration et à la mise en œuvre du document unique Proposer un tableau de bord du suivi des actions
Confort au travail Confort thermique Qualité de l'air intérieur Confort lumineux Confort acoustique	Analyser l'impact sanitaire et environnemental des activités professionnelles proposées Présenter de façon synthétique les systèmes d'aération de ventilation Présenter de façon synthétique les différentes sources lumineuses, leurs caractéristiques et leurs intérêts respectifs Distinguer correction acoustique et isolation acoustique Analyser les moyens de limiter les nuisances sonores Analyser les moyens de créer une ambiance propice au confort et à la relaxation Repérer les conditions à respecter : caractéristiques anthropométriques, visuelles, accessibilité aux produits, aux matériels
Prévention des risques professionnels : Allergies et réactions aux produits utilisés Troubles musculo-squelettiques associés aux activités	Identifier et caractériser les principales réactions allergiques liées à l'utilisation de produits Proposer l'attitude professionnelle adaptée. Identifier les situations professionnelles pouvant générer des troubles musculo-squelettiques Indiquer les principes de sécurité physique et d'économie d'effort à adopter Adapter les techniques gestuelles Proposer des aménagements de poste (coupe, couleur, coiffage) prenant en compte les principes de sécurité physique et d'économie d'effort (ergonomie des postes de travail) Indiquer des pratiques d'hygiène et de prévention
Bio contaminations et moyens de prévention	Repérer dans l'activité de travail les facteurs de bio contaminations pour le client et le coiffeur Présenter leurs incidences sur la santé Proposer des mesures de prévention adaptées

MANAGEMENT-GESTION

Les enseignements d'économie et gestion relatifs au BTS « métiers de la coiffure » visent à donner une culture

généraliste et transversale au service du pilotage d'un salon de coiffure ou d'une équipe commerciale en lien avec les métiers de la coiffure. Les savoirs associés relevant du management, de la gestion, de la gestion des ressources humaines et de la mercatique, déclinés selon les spécificités du marché de la coiffure, reposent sur des notions et concepts scientifiques rigoureux qui éclairent le fonctionnement des organisations concernées. La complémentarité des approches, tantôt locales, tantôt systémiques, enrichissent les modes d'analyse, de réflexion et d'actions des futurs managers.

MANAGEMENT	
L'entreprise, une organisation particulière • Finalités • Cycle de vie • Formes juridiques • Culture d'entreprise	Présenter le secteur de la coiffure Définir et caractériser une organisation Identifier les principales organisations en lien avec le champ de la coiffure Repérer les différentes finalités observées. Développer les notions de RSE, de développement durable et d'investissement socialement responsable. Identifier les différents types d'organisation et proposer une classification Souligner les spécificités d'une entreprise à travers ses finalités, son cycle de vie, sa forme juridique. Définir la culture d'entreprise et montrer son influence sur les différentes fonctions de l'entreprise
Un cadre d'action encadré par des règles, sources de droits et d'obligations	Présenter les caractéristiques des règles de droit (caractère général, obligatoire et contraignant), leurs finalités, les divisions du droit (juridictions de l'ordre administratif et de l'ordre judiciaire) Distinguer les notions de droit objectif et subjectif Présenter les sources de droit Définir la notion de personnalité juridique, ses conséquences (capacité de jouissance et d'exercice) et ses modalités/formalités d'acquisition pour une entreprise (un salon). Illustrer de façon ciblée et spécifique le cadre juridique régulant l'activité d'une organisation et ses relations avec les parties prenantes internes et externes (droit des affaires, droit commercial, code civil, code du travail). Evoquer la convention collective nationale de la coiffure Présenter les principes fondateurs du contrat, ses conditions de formation, la nullité d'un contrat, les modalités de rupture Distinguer responsabilité civile et pénale Des exemples de contentieux peuvent illustrer les propos.
La logique entrepreneuriale (création/reprise) et la logique managériale	Caractériser la logique entrepreneuriale. Connaître les grands principes de la création et de la reprise d'entreprise. Étudier le marché Présenter le contenu d'un business plan, d'un business model et souligner leur utilité

	Trouver des aides et rechercher des capitaux Présenter les acteurs et dispositifs d'aide à la création d'entreprise Choisir un statut juridique : présenter les principales formes juridiques pertinentes pour un salon de coiffure et leurs effets pour le dirigeant (régimes fiscal et social, patrimonial, statut de salarié ou pas). Les avantages, inconvénients/ risques sont abordés ainsi que les dispositifs permettant de les réduire le cas échéant. Distinguer la personnalité morale et la personnalité physique. Etablir les prévisions financières Établir un plan de financement Constituer une équipe Insister sur les risques inhérents au processus de création/reprise Caractériser la logique managériale Présenter la complémentarité des deux logiques, les modalités de passage de l'une à l'autre et leur coexistence dans une entreprise. Illustrer par des cas de réussite et d'échecs
Méthodologie de gestion de projet	Présenter la méthodologie de gestion de projet : de la conception à la réalisation jusqu'au suivi
Les rôles d'un manager Gérer un centre de profit	Présenter le manager comme un gestionnaire de centre de profits. Présenter la diversité des champs d'intervention d'un manager : - veille (mercatique, commerciale, technologique, réglementaire, etc.) - respect de la réglementation - définition de la stratégie et des objectifs - organisation/agencement du salon, - coordination et planification des activités des collaborateurs, recrutement, délégation, etc. - évaluation des résultats et mise en œuvre d'actions correctrices - communication interne et externe Caractériser les compétences d'un manager et évoquer le leadership, les principaux styles de direction en indiquant leurs avantages et inconvénients et leurs effets sur les salariés
L'étude de l'environnement de l'entreprise - Analyse de l'environnement - Connaissance du marché - Diagnostic interne	Identifier les composantes environnementales d'un salon de coiffure ou d'une entreprise du secteur (micro-, macro- et méta environnements) Identifier les tendances, menaces et opportunités. Identifier les composantes internes d'une entreprise et leurs interrelations : approche globale et systémique du fonctionnement d'une entreprise, d'un salon, d'un service (dimensions ressources humaines, financière, organisationnelle, technique, organisationnelles, etc.) Procéder au diagnostic interne : identification des forces et des faiblesses.

	Utiliser les outils d'analyse stratégique.
L'évaluation des performances de l'entreprise	Présenter la notion de performance en lien avec la finalité de l'entreprise Distinguer efficacité et efficience. Présenter la performance financière, sociale, RH, commerciale, mercatique, etc.) et souligner ses dimensions quanti et qualitatives. Montrer la diversité des indicateurs de performance Définir la nature de l'avantage concurrentiel (technologiques, produits, marché, savoir-faire, image, prix, etc.) ainsi que les actions à mener pour le préserver Présenter l'utilité des tableaux de bord dans le cadre du suivi de la performance et en tant qu'outil d'aide à la décision
La décision managériale • Décision stratégique vs décision opérationnelle • Les stratégies • Croissance organique vs croissance externe • Processus de décision	Distinguer le management stratégique du management opérationnel et souligner leurs imbrications Définir la stratégie au regard des enjeux et du caractère irréversible qu'elle suppose Identifier les stratégies génériques (spécialisation/diversification ; domination par les coûts /différenciation ; externalisation /intégration).), leurs avantages et inconvénients Présenter les partenariats possibles entre entreprise au sein d'une filière (sous-traitance, quasi intégration, franchise, etc.) ou horizontaux Présenter les principales stratégies observées dans le secteur de la coiffure et en particulier au niveau des salons : développer la notion de réseau d'unités commerciales (réseau de salons intégrés, associés versus indépendants, contrat de licence, franchise). Présenter leurs avantages et inconvénients Distinguer croissance organique et croissance externe, présenter leurs avantages et inconvénients Développer la notion de développement durable et ses effets sur les stratégies mises en œuvre Expliquer le processus de décision en mettant en évidence les notions de rationalité limitée, de parties prenantes, d'arbitrage, de contingence
La communication managériale ⤴ Les acteurs de la communication et les relations interpersonnelles ⤴ La connaissance de soi ⤴ La prise en compte de l'autre et de l'environnement social ⤴ Les spécificités de la communication managériale	Souligner les différentes composantes de la communication (savoir, savoir-faire et savoir-être) Présenter les facteurs personnels (image, personnalité, etc.) et sociaux susceptibles d'influencer les attitudes, les comportements et la communication (codes sociaux, croyances, valeurs, culture, ...). Introduire la notion de groupes sociaux et aborder leur influence dans la dynamique attitudinale et comportementale des acteurs. Présenter l'écoute active (verbale et non verbale),

⤴ Les outils de la communication managériale ⤴ La communication de crise	l'empathie et la reformulation Aborder les notions d'enjeux et de pouvoirs dans une organisation. Indiquer le rôle fondamental de la communication dans un contexte organisationnel et managérial contraint (centres d'intérêts divergents...) dans une perspective informationnelle et comportementale. Présenter les différentes situations de communication managériales dans leurs dimensions méthodologiques et psychologiques (entretien de recrutement, d'évaluation, de bilan, de recadrage, réunion d'équipes, accueil de nouveaux collaborateurs, gestion de conflits, communication de groupe, communication institutionnelle) Décrire les principes de la conduite de réunion Inscrire l'action du manager dans une logique de communication et d'actions négociées en particulier dans la gestion du changement et des conflits. Présenter les principaux outils de communication informatiques et électroniques (notes, rapports, rapports d'activité) ; leurs intérêts et limites
---	---

MERCATIQUE	
La mercatique stratégique ⤴ Etude de marché ⤴ Micro-environnement ⤴ Macro-environnement ⤴ Méta-environnement ⤴ Etude de zone de chalandise ⤴ Segmentation et ciblage ⤴ Positionnement ⤴ Les techniques de recueil et d'analyse d'informations	Présenter la démarche mercatique et ses enjeux en lien avec le marché de la coiffure Mettre en relation la fonction mercatique avec les autres fonctions de l'entreprise Etude de marché et incise sur le comportement des consommateurs (définir les notions de motivations, freins, besoins, processus d'achat, perception, attitude, valeur perçue, expérience de consommation) Etude de zone de chalandise Identification des tendances et opportunités d'affaires Différencier et articuler la mercatique stratégique et la mercatique opérationnelle Présenter des techniques de segmentation Présenter les intérêts et limites d'un ciblage Définir la mercatique de masse, différenciée, one to one Définir les notions de positionnement, position, valeur perçue Présenter les techniques de recueil d'informations primaires et secondaires et leurs modalités d'analyse
La mercatique opérationnelle ⤴ offre produit-service (assortiment/gamme/petit matériel), Cycle de vie du produit-service ⤴ prix ⤴ communication ⤴ distribution ⤴ force de vente – prestataires de services	Montrer la contribution de la mercatique opérationnelle (marchéage) à la construction de la valeur perçue par le consommateur. Construire un mix-marketing/marchéage cohérent avec la stratégie et le positionnement retenus par l'entreprise, le marché et le cycle de vie du produit Offre produit/service Présenter les composantes de l'offre, en développant celles spécifiques à un salon : -prestations / produits-matériels utilisés et produits destinés à la vente auprès des clients finaux.

	- Caractériser le parcours client en salon (accueil, gestion du temps d'attente, gestion du client dans l'espace, espace diagnostic, ...) -Montrer l'importance d'une relation commerciale personnalisée et mettre en évidence les compétences attendues chez les collaborateurs (savoir, savoir-faire, savoir-être).
	Prix Définir les principales stratégies en matière de prix (pénétration, écrémage, alignement). Prendre en compte les facteurs influençant la fixation du prix (coûts, élasticité, prix d'acceptabilité, objectifs quantitatifs [marge] et qualitatifs, consignes franchiseurs et partenaires, etc.). Pour un salon, calculer le prix d'un service à partir de la minute productive et des objectifs commerciaux et financiers Présenter la modulation du prix et son cadre juridique : réduction de prix, prix promotionnels, majoration de prix Communication La communication est appréhendée de façon globale (interne et externe). Présenter les différents types de communication et les principales stratégies de communication Présenter la finalité et les objectifs de la communication commerciale Inscrire la stratégie de communication dans la stratégie globale de l'entreprise Décrire les moyens de communication commerciale : publicité, mercatique directe, promotions des ventes, relations publiques, PLV (publicité sur le lieu de vente,), mécénat, sponsoring, vitrine, défilé, etc. Présentation du cadre juridique. Souligner le rôle de vecteur de communication des collaborateurs en contact direct avec les clients et prospects (importance du registre de langage, de l'image). Indiquer les particularités de la communication entre un franchiseur et un franchisé Choix d'un média d'un support de communication en fonction des coûts, cibles et résultats potentiels et appréciation des résultats Développer les modalités et potentialités liées à l'e.communication. Présenter les notions de « buzz mercatique », de « mercatique virale » et de communication subie
	Distribution Présenter les stratégies de distribution (intensive, sélective, multicanal, ...), leurs avantages et inconvénients Distinguer les notions de réseau, de circuits, et canal de distribution (directs, courts, longs) Présenter les modalités de référencement en GMS. Définir les notions de centrale d'achat, référencement, déréférencement, grossiste, définir le cadre juridique

	(déréférencement) Souligner les rapports de force et les synergies découlant de la relation producteurs/grande distribution. Définir la notion de trade-marketing. Distinguer le commerce indépendant, intégré et associé. Distinguer unités commerciales physique et virtuel, montrer leurs complémentarités
	Développer les potentialités des unités virtuelles, des <i>market place</i>, des <i>click & Mortar</i>, etc. Présenter le cadre juridique. Présenter les modalités de protection juridique du cyber-consommateur. Force de vente Distinguer équipe commerciale et force de vente et présenter leurs rôles. Les enjeux d'image liés à leur rôle d'interface avec la clientèle sont évoqués La notion de force de vente supplétive est présentée. Distinguer force de vente interne et externe Présenter les différents statuts, contrats existants, leurs avantages et inconvénients pour l'entreprise Présenter les clauses de non concurrence, d'exclusivité et leur importance en cas de rupture de la relation d'emploi ou d'affaires. Présenter les outils permettant d'organiser, contrôler et suivre le travail de la force de vente.
Le point de vente, une composante particulière de l'offre commerciale	Préciser les enjeux de l'agencement d'un salon, d'un linéaire et ses rôles en matière technique, commercial, RH et de communication Présenter les principes du merchandising Décrire les principes d'aménagement de l'espace en développant ceux relatifs aux unités proposant des services : optimisation des espaces professionnels, prise en compte du parcours client et des conditions de travail des professionnels opérateurs, prise en compte des aspects réglementaires et législatifs, prise en compte de l'accessibilité pour les personnes présentant un handicap, les conditions de stockage des produits, etc. Présenter le cadre juridique réglementant : • les ouvertures/reprise de salon de coiffure (profession réglementée). • le fonds de commerce (composition : [éléments corporels, incorporels], sa vente, sa location-gérance, son nantissement) • le droit au renouvellement au bail, l'encadrement de la révision des loyers, les obligations du locataire et du bailleur, l'ajout d'une activité connexe (petite spécialisation), la location d'espace. Evoquer succinctement les dispositions qui s'imposent

	au salon de coiffure en matière : - de gestion des déchets dangereux, - de ventilation des locaux, - de nuisance sonore, - de rejets des eaux usées - de construction nouvelle (réglementation d'efficacité énergétique) - de commercialisation de produits auprès de clients finaux - d'affichage obligatoire Aborder les particularités des unités virtuelles, souligner leurs complémentarités avec les unités physiques
Les performances commerciales • d'une équipe commerciale • d'un salon de coiffure	Présenter les indicateurs commerciaux spécifiques à un salon de coiffure, une équipe commerciale, une force de vente Indicateurs quantitatifs et qualitatifs Considération des repères de la profession Illustration par des progiciels de gestion, tableau de bord, performance collective et individuelle
Customer relationship management et prospection Personnalisation et suivi de la relation Fidélisation et outils Prospection Cadre juridique	-Développer l'intérêt d'une gestion de la relation client personnalisée (customer relationship management) -Présenter les outils permettant de personnaliser la relation -Présenter les enjeux de la fidélisation. Définir la notion de valeur à vie des clients. -Identifier la forme et les raisons de la fidélisation -Présenter des programmes de fidélisation possibles, leurs avantages, inconvénients et corollaires (juridiques, financiers et managériaux) -Présenter les techniques de prospection visant à recruter de nouveaux clients, déclencher des visites supplémentaires, etc. -Présenter l'intérêt des bases de données et le cadre juridique (CNIL). Identifier les moyens de collecte, de stockage et d'exploitation des informations sur la clientèle.
Négociation/achat/vente * entreprise/particuliers * entreprise / entreprise * entreprise / distributeurs	Les techniques de négociation sont abordées dans le cadre de la relation B→C ; B→B : en situation de vendeur et d'acheteur. -Distinguer les différentes situations de vente et les types de produits (professionnels et grands publics). Appréhender les différentes techniques d'approche Appréhender le statut et le rôle de l'interlocuteur : acheteur, utilisateur, prescripteur. Qualifier son processus d'achat. Différencier les techniques de vente selon la nature du client (particuliers, entreprise, distributeurs, etc.) Différencier les processus décisionnels selon la nature de l'acheteur. Construire les outils de négociation commerciale adaptés à chaque catégorie de clients Présenter les techniques d'observation, d'écoute

	active, de questionnement, d'argumentation, de traitement des objections Souligner les particularités de la négociation en B to B (techniques de négociation, outils d'aide à l'achat : appel d'offre, cahier des charges) et leur portée potentielle avec les distributeurs : budgets d'animation, accords de coopération, animations commerciales, PLV, têtes de gondole, place dans le linéaire, ...). Présenter le processus d'achat dans la distribution : centrale d'achat, référencement, etc.) Employer les outils d'aide à la vente (TICE) pour la démonstration Identifier et traiter les questions et objections Tenir compte de la valeur à vie du client Mettre en œuvre une démarche éthique Cadre juridique de l'achat en ligne (protection du consommateur)
GESTION	
Le système d'information	Définir le système d'information, en particulier comptable et financier, expliquer ses intérêts Présenter l'utilité des tableaux de bord dans : - l'appréciation des performances de l'entreprise, de ses salariés, de ses produits et de ses prestations, - la prise de décision Illustration par des logiciels (ex : logiciels de caisse, PGI, etc.)
Gestion courante de l'entité commerciale Le cycle d'exploitation et la trésorerie • notion de cycle d'exploitation • composantes du cycle d'exploitation • trésorerie • besoin en fonds de roulement Les opérations de règlement • La facturation • La TVA • Les modes de règlement • Les délais de paiement Les stocks Gestion physique des entrées et des sorties • Valorisation des stocks • Volumes à commander • inventaire • cout de stockage • Rotation des stocks	Définir les notions de charge, d'immobilisation, d'encaissement et de décaissement, de flux réel et monétaire, de trésorerie Définir et décomposer le cycle d'exploitation jusqu'au besoin en fonds de roulement. Présenter les possibilités d'ajustement de la trésorerie (délais de paiement et d'encaissement, crédit bancaire). Distinguer les besoins de financement liés à l'exploitation de ceux liés à l'investissement Étudier l'ensemble des éléments constitutifs d'une facture et les avoirs. Présenter les notions de remise, rabais, ristourne, escompte Présenter le cadre juridique relatif aux délais de paiement. Présenter les enjeux financiers et commerciaux de la gestion des stocks Prendre en compte les dimensions opérationnelle et logistique de la gestion des stocks Expliquer et calculer les notions de stock d'alerte, de

	sécurité et de point de commande en univers certain ou probabiliste, ratio de rotation des stocks
Interprétation des états financiers	Présenter l'utilité et l'architecture des compte de résultat, bilan, liasse fiscale, bilan fonctionnel A partir de cas simplifiés, l'analyse du compte de résultat permet d'appréhender la formation du résultat, de calculer et interpréter • Les principaux soldes intermédiaires de gestion (marge commerciale, valeur ajoutée, EBE, ...). Les résultats sont comparés à ceux observés les années précédentes et avec les entreprises du secteur • La capacité d'auto-financement (la CAF est vue comme une source de financement interne, par opposition ou en complément des modalités de financement externes (ex : banques) dont les coûts sont présentés A partir de cas simplifiés, le bilan fonctionnel permet de calculer : • le fonds de roulement net global • le besoin en fonds de roulement • la trésorerie nette La rentabilité (économique et financière) est calculée. Les ratios de solvabilité et de frais de personnel sont calculés pour un salon
Considération des charges et fixation d'un prix de vente Les charges et coûts Charges fixes et variables Coûts complets Tableau d'analyse différentielle Détermination d'un prix de vente Coûts d'achat des marchandises vendues, marge commerciale, taux de marge, taux de marque, coefficient multiplicateur, rabais, remise, ristourne, escompte Devis Tarifs	Présenter le comportement des charges et le tableau d'analyse différentielle Définir charges variables, fixes, marge sur coût variable, seuil de rentabilité Calculer les coûts d'un produit vendu, d'une prestation, d'une opération commerciale Présenter les facteurs considérés dans la fixation d'un prix : coûts, positionnement, objectifs commerciaux et financiers, comportement des consommateurs, élasticité prix, élasticité croisée, prix psychologique, pratiques concurrentielles, etc. Les calculs commerciaux sont maîtrisés. Décrire les techniques de modulation des prix Présenter le cadre juridique
Etablir des prévisions • ventes (statistiques de ventes et saisonnalité) • budgets • compte de résultat prévisionnel • plan de trésorerie • plan de financement	Les domaines de la prévision sont cités (vente, achat, investissement, besoins en personnel, etc.) Les prévisions sont adaptées aux phases de création/reprise et d'activités de l'entreprise (notamment d'un salon) Présenter les techniques de prévisions des ventes et leurs limites, la saisonnalité
Financer les investissements et apprécier leur rentabilité Investissement	Distinguer les besoins de financement liés à l'exploitation de ceux liés à l'investissement Approche de la situation financière de l'entreprise (ratios de solvabilité, de rentabilité, capacité

Financement • Ressources internes • Ressources externes Rentabilité des investissements • Valeur actualisée nette • Taux interne de rendement • Délai de récupération	d'autofinancement) Présenter les sources de financement internes et externes. Présentation des principaux modes de financement externes (emprunt bancaire, crédit bail, location financière) ainsi que leurs avantages et inconvénients. Calculer les annuités, le coût du crédit, présenter le tableau d'amortissement. Présentation des partenaires institutionnels potentiels pour les emprunts aidés Présenter les garanties personnelles et réelles Calculer et interpréter les indicateurs de rentabilité d'un investissement Etudier les amortissements et provisions
Gérer les risques Assurances Maintenance Provisions pour risques et charges	Identifier les risques liés à l'activité (d'un salon en particulier) et présenter les solutions. Présenter le cadre juridique du Document Unique (identification et hiérarchisation des risques et prévention) Présenter les assurances relatives au local, à la responsabilité civile professionnelle, à la perte d'exploitation, à la protection juridique, « homme clef »). Calcul des coûts

GRH	
Adaptation des ressources humaines aux besoins de l'activité • Procédures de Recrutement • Contrats de travail (dont apprentissage) et d'affaires • Bulletin de paie • Convention collective • Modalités de rupture	Présenter les enjeux d'un recrutement et l'importance des conditions d'accueil et d'intégration. Présenter les différentes techniques d'identification des besoins (quantitatifs et qualitatifs) et souligner les risques inhérents aux prévisions. Aborder les différentes méthodes de recrutement, y compris le « e-recrutement » Aborder la possibilité de recourir à un cabinet de recrutement extérieur en indiquant ses avantages et inconvénients Développer les étapes du processus de recrutement (de la description de l'emploi à l'intégration) ainsi que les différents outils utilisés (fiche de poste, profil de poste, grille d'entretien, etc.) Présenter les avantages et inconvénient d'un recrutement interne et externe Définir le cadre juridique définissant les obligations des employeurs (vis-à-vis des salariés et de l'administration). Souligner l'importance de l'éthique, présenter le rôle de la Haute Autorité de Lutte contre les Discriminations (HALDE) et la notion de « diversité » salariale Illustrer par des exemples d'accueil et d'intégration de nouveaux collaborateurs

	Présenter la structure du bulletin de paie (salaire brut/cotisations sociales/salaire net) Aborder les conventions en vigueur dans les branches professionnelles des métiers de la coiffure et leurs effets principaux Distinguer les différents types de contrats de travail, (dont contrat d'apprentissage) leur particularités juridiques, leurs intérêts avantages, inconvénients pour le salarié et l'employeur (y compris en cas de rupture) Présenter les contrats (de travail et d'affaires) spécifiques à une force de vente interne et externe. Présenter les deux motifs de rupture d'un contrat de travail (personnel et économique) Distinguer insuffisance et faute professionnelle. Aborder succinctement les modalités juridiques de rupture d'un contrat de travail à l'initiative du dirigeant et du salarié Présenter la clause de non concurrence
Organisation du travail de l'équipe • Coordination • Planification • Animation	Construire les principaux outils permettant d'organiser le travail des collaborateurs : fiche de poste, feuille d'auto-analyse, tableau de répartition des tâches, matrice de responsabilité, lettre de mission, plan de visites, fixation d'objectifs, etc. Présenter les principes de la délégation Présenter les principes d'établissement de plannings, d'un diagramme de GANTT Présenter les principes généraux de l'ordonnancement des tâches. Présenter les principes organisationnels, juridiques et humains de l'organisation du temps de travail Présenter la dynamique de groupe et ses effets sur les comportements individuels (phénomène d'influence, conformisme, cohésion, ...) Aborder les coalitions d'acteurs comme sources de contrepouvoir managérial (ex : freins aux changements) Souligner les difficultés à faire évoluer les normes collectives (culture d'entreprise, normes de travail) Présenter les techniques de conduite de réunion et de gestion des conflits Présenter des techniques d'animation et de communication permettant de renforcer l'esprit d'équipe, la cohésion des salariés, d'influencer la dynamique de groupe et de résoudre les conflits (collectifs/individuels)
Motivation des salariés • Déterminants • Techniques de mobilisation • Effets de la démotivation sur les individus et l'organisation • Obligations des employeurs	Définir la motivation Distinguer les deux sources de motivation (intrinsèque et extrinsèque) Présenter les leviers de motivation (système de rétributions, cadre de travail, aménagement du temps de travail) et insister sur la dimension relationnelle. Présenter l'importance du cadre de travail (organisation des espaces de travail, infrastructure matérielle, confort acoustique, ergonomique, lumineux, etc.) Présenter les composantes collective et individuelle de la rémunération, leurs avantages et limites. Présenter les modalités de rémunération (fixe, variable) d'une équipe commerciale et développer celles observées dans les salons de coiffure.

	Présenter le rôle des managers de proximité et de la communication Evoquer les maladies professionnelles, les risques psychosociaux, la pénibilité du travail, etc. Exposer les principaux indicateurs de motivation/démotivation des salariés Mettre en exergue les spécificités et les exigences d'une relation professionnelle directe et continue avec la clientèle (en salon de coiffure) et les difficultés qui peuvent en résulter pour le salarié Présenter les liens existants entre motivation des salariés et performances (sociale, commerciale) Evoquer les effets de la démotivation sur l'organisation (coûts cachés et impacts sur la performance) Présenter au niveau juridique, les obligations des employeurs en matière de santé et sécurité au travail, ainsi que le rôle des Comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT), des délégués du personnel
Entretien, évaluation et formation des salariés • Entretien professionnel • Entretien individuel d'évaluation • Bilan de compétences • GPEC • Employabilité et plan de formation	Aborder les enjeux de l'évaluation et de la formation pour les salariés et l'entreprise Présenter l'entretien individuel d'évaluation et son cadre juridique (obligations des employeurs) Présenter les principaux indicateurs de performances commerciale et sociale des salariés (en salon, collaborateurs itinérants, etc.) Comparer les résultats individuels et collectifs Elaborer des protocoles d'entretiens Illustrer par des outils d'évaluation et souligner leurs avantages et inconvénients Présenter les techniques d'entretien individuel Montrer l'importance de la dimension relationnelle dans le processus d'évaluation Présenter le bilan de compétences, son intérêt et son cadre juridique Différencier les notions de compétence, de potentiel et de qualification Inscrire la formation comme une réponse managériale potentielle parmi d'autres Présenter les obligations des employeurs (cadre juridique) en matière de formation Présenter les techniques permettant de recenser les besoins en formation, de procéder aux arbitrages Aborder les modalités de construction d'un plan de formation qui peut, par ailleurs, être externalisé Présenter la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences, son cadre juridique, ses intérêts

CULTURE GÉNÉRALE ET EXPORESSION

L'enseignement du français dans les sections de techniciens supérieurs se réfère aux dispositions de l'arrêté du 16 novembre 2006 (BOEN n° 47 du 21 décembre 2006) fixant les objectifs, les contenus de l'enseignement et le référentiel de capacités du domaine de la culture générale et expression pour le brevet de technicien supérieur.

LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE 1

L'enseignement des langues vivantes dans les sections de techniciens supérieurs se réfère aux dispositions de l'arrêté du 22 juillet 2008 (BOEN n° 32 du 28 août 2008) fixant les objectifs, les contenus de l'enseignement et le référentiel de capacités du domaine des langues vivantes pour le brevet de technicien supérieur.

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 la Coiffure » 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^{ère} 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 ;
- de conduire un travail en équipe.

Les actions de synthèse à visée professionnelle (en 2^{ème} année)

Elles permettent aux étudiants :

- de mobiliser les savoirs associés 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, la diffusion d'un produit, d'un service, de nouveaux 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 culturelle, économique, sociétale et identification des nouvelles tendances
- Conception d'une prestation ou d'un service en fonction de tendances ou de références identifiées
- Lancement d'une nouvelle prestation ou d'un nouveau service
- Réalisation d'une revue de presse, éventuellement internationale
- Conception de supports promotionnels, techniques, ...
- 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
- Lancement de prestation avec différents partenaires : mode, esthétique, ...

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.

Évaluation 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 travaux pluri professionnels mis en œuvre
- le projet professionnel
- 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 coiffure

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 de formation peut choisir une forme particulière pour ce portfolio.

Approche pluridisciplinaire et dimension professionnelle

Ce temps de formation va permettre aux étudiants de compléter leurs parcours, parallèlement aux enseignements et aux stages des deux années de formation. Il vise trois objectifs :

- une adaptation prenant en compte leurs acquis et les compléments nécessaires à l'entrée en formation de techniciens supérieurs ;
- une construction de leur expertise professionnelle par l'intégration des composantes scientifiques, technique, économique, commerciale ;
- une préparation à leur insertion professionnelle par le biais d'un projet choisi et conduit en lien avec leur stage de seconde année.

Elle se décline différemment selon quatre périodes.

Première période

Il s'agit, sur une durée hebdomadaire de 4 h et pour un volume horaire global de 60 h sur période S1 (4X15) de permettre aux étudiants de construire les bases nécessaires à l'acquisition des compétences repérées dans le référentiel.

Ces bases sont différentes selon la provenance ou l'origine des étudiants et selon qu'ils ont ou non suivi une formation en coiffure, qu'ils ont acquis ou non une culture scientifique.

Les enseignements dispensés dans cette approche, explicitent, complètent, renforcent les savoirs associés inscrits au référentiel.

Exemple :

Disciplines	Etudiants ayant une formation antérieure en coiffure	Etudiants n'ayant pas une formation antérieure en coiffure	Selon la formation d'origine, un complément, une autre répartition des apports disciplinaires peuvent être envisagés.
Physique-Chimie Biologie	4h		
Technologie et techniques professionnelles		4h	

Deuxième et troisième périodes (S2 et S3)

Des travaux pluri professionnels sont instaurés au deuxième (S2) et troisième (S3) semestres de la formation.

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

Les équipes pédagogiques proposent des situations professionnelles permettant de mobiliser plusieurs disciplines et d'introduire des méthodes et techniques professionnelles. Les activités proposées s'inscrivent dans une démarche de projet pour un contexte professionnel donné.

Les TPP mettent en œuvre des étapes :

- d'observation, de diagnostic,
- d'analyse,
- d'expérimentation,
- de comparaison,
- d'évaluation...

Pour proposer :

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

Un même thème sera étudié sur une durée déterminée par l'équipe pédagogique. Au cours de la formation en S2-S3, 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 S2-S3.

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, d'une prestation
- la conception d'une formation...

Une demi-journée en S2 et S3 est consacrée aux travaux pratiques pluridimensionnels soit 4 ou 5 heures hebdomadaires consécutives.

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

Travaux pratiques pluridisciplinaires sur la seconde période de 1ère année (S2)

discipline Horaire	Techniques et technologies professionnelles	Gestion	Cosmétologie appliquée
Hebdomadaire	1,5	1,5	1
Annualisé	22,5	22,5	15
Organisation	Bloc commun hebdomadaire 4 h		

S3 : Travaux pratiques pluridisciplinaires sur la première période de 2ème année (S3)

discipline Horaire	Techniques et technologies professionnelles	Gestion-Mercatique Ressources humaines	Physique-chimie appliquée	Cosmétologie appliquée
Hebdomadaire	1,5	1,5	1	1
Annualisé	21	21	14	14
Organisation	Bloc commun hebdomadaire 5 h			

PROJET PROFESSIONNEL

Il est instauré en deuxième année à partir du mois de février sur la 4^{ème} période (S4)

Ce projet a pour objectifs :

- De mobiliser, chez les étudiants, les savoirs acquis durant la formation ;
- De développer leur capacité de réflexion autonome dans la conception d'une réponse à la problématique choisie.
-

Ce projet s'appuie sur au moins une des activités professionnelles suivantes menées pendant le stage de seconde année :

- Conception et réalisation de techniques professionnelles
- Veille et innovation
- Elaboration mise au point et analyse de protocoles
- Conseil et vente de produits, de services et de matériels
- Participation au lancement de produits, matériels et services

- Développement de la relation services
- Gestion et développement du portefeuille clients

Le projet professionnel s'inscrit en prolongement des activités menées lors du stage de seconde année et s'appuie sur les données recueillies en milieu professionnel et en particulier pendant le stage. Les travaux seront conduits individuellement et aboutiront :

- à la définition d'une problématique ;
- à la recherche et à la proposition de solutions opérationnelles ;
- à la production d'un écrit présentant, dans le contexte décrit, la problématique, les méthodes et outils utilisés, les analyses menées et les résultats obtenus

Ils feront l'objet d'une évaluation au travers de l'épreuve E5.

Les professeurs auront un rôle d'accompagnement et de conseil dans la délimitation du champ du sujet, la recherche documentaire et le suivi du projet.

Le projet est conduit en établissement de formation. Pour permettre la réalisation du projet, tant sur le plan de sa conception que de sa mise en œuvre, l'établissement de formation met à la disposition des étudiants le matériel, les plateaux techniques, les ressources documentaires et les moyens de communication (TIC, réseaux intranet et internet...).

Tableaux de correspondance « compétences vs unités de certification »

Pour les épreuves et sous épreuves communes

	COMPETENCES																																				
	A1.1	A1.2	A1.3	A2.1	A2.2	A2.3	A2.4	A3.1	A3.2	A3.3	A3.4	A4.1	A4.2	A4.3	B1.1	B1.2	B1.3	B2.1	B2.2	B2.3	B2.4	B2.5	B3.1	B3.2	B3.3	C1.1	C1.2	C2.1	C2.2	C2.3	C3.1	C3.2	C4.1	C4.2	C4.3	C4.4	
E 2																																					
E 3																																					
E 4																																					
E 5																																					

Les cases non grisées correspondent à des compétences pouvant être mobilisées pour l'épreuve.
 Les cases grisées correspondent aux compétences évaluées dans l'épreuve correspondante.

ANNEXE II

TAGES EN MILIEU PROFESSIONNEL

Au cours des deux années de formation, les étudiants doivent réaliser deux stages d'une durée globale de 12 à 13 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 diversité du milieu professionnel, la réalité des métiers dans leurs dimensions économiques, managériales, partenariales, techniques et relationnelles ;
- analyser :
 - les caractéristiques d'une entreprise du secteur et de son environnement dans son approche stratégique et organisationnelle, son contexte culturel, son ouverture à l'international...
 - les services proposés par l'entreprise et leurs modalités de mise en œuvre ;
- réaliser des activités 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 la coiffure » :

- Salons ou entreprises de coiffure,
- Entreprises de fabrication et commercialisation de produits capillaires,
- Entreprises de distribution de produits capillaires et de matériels.

3. Modalités d'organisation

3.1. Voie scolaire

Périodes de stage

Les 12 à 13 semaines de stage se répartissent de la façon suivante :

- 1^{ère} année : 6 semaines consécutives de stage situées en fin de première année ;
- 2^{ème} année : 6 à 7 semaines consécutives de stage entre octobre 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,
- l'appréciation portée par le maître de stage.

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.

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 dossier (15 pages, hors annexe) au sein duquel ils détaillent le projet, constituant le support de l'évaluation pour l'épreuve E5.

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.

Ces candidats doivent fournir un dossier (15 pages, hors annexe) au sein duquel ils détaillent le projet, constituant le support de l'évaluation pour l'épreuve E5.

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 dossier (15 pages, hors annexe) au sein duquel ils détaillent le projet, constituant le support de l'évaluation pour l'épreuve E5.

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.

A l'issue du stage de seconde année, le candidat définit la problématique de son projet professionnel, fondée sur les activités menées et les observations conduites pendant le stage.

ANNEXE III

Horaires hebdomadaires – Première année

ENSEIGNEMENTS	Horaire annuel A titre indicatif	Horaire hebdomadaire (Cours+TD+TP)
Culture générale et expression	60	2 (2+0+0)
Physique et chimie appliquées	90	3 (2+0+1)
Biologie appliquée	90	3 (1+1+1)
Cosmétologie appliquée	60	2 (1+0+1)
Environnement professionnel	30	1 (0+1+0)
Technologie et techniques professionnelles	150	5 (1+0+4)
Management- Gestion des ressources humaines	60	2 (1+1+0)
Gestion	30	1 (1+0+0)
Mercatique	60	2 (1+1+0)
Approche pluridisciplinaire et dimension professionnelle *	120	4 (0 + 0 +4)
Actions professionnelles	45	1,5 (0+1,5+0)
Langue vivante A	60	2 (0+2+0)
Stage	6 x 35 = 210 h	
TOTAL	1065 h	28,5 (10+6,5+12)
Enseignement facultatif :		
Langue vivante (LVB)		1(0+1+0)

*P1 : Selon l'origine des étudiants, une approche pluridisciplinaire est à envisager sur ce temps : techniques professionnelles, disciplines scientifiques, expression écrite et orale. L'équipe pédagogique organise et planifie ce temps dédié aux pré-requis nécessaires aux étudiants selon leur parcours antérieur.

Disciplines	Ayant une formation antérieure en coiffure	N'ayant pas une formation antérieure en coiffure	Selon les besoins diagnostiqués, un complément peut être envisagé en expression écrite et orale
Physique-Chimie Biologie	X		
Technologie et techniques professionnelles		X	

*P2 :

discipline Horaire	Technologie et techniques professionnelles	Gestion	Cosmétologie appliquée
Hebdomadaire	1,5	1,5	1
Annualisé	45	45	30
Organisation	Bloc commun hebdomadaire 4 h		

Horaires hebdomadaires – Seconde année

ENSEIGNEMENTS	Total horaire annuel	Horaire hebdomadaire (Cours+TD+TP)
Culture générale et expression	56	2 (2+0+0)
Biologie appliquée	84	3 (2+1+0)
Cosmétologie appliquée	56	2 (1+0+1)
Environnement professionnel	28	1 (0+1+0)
Technologie et Techniques professionnelles	140	5 (1+1+3)
Management- Gestion des ressources humaines	56	2 (1+1+0)
Gestion	84	3 (2+1+0)
Mercatique	56	2 (1+1+0)
Approche pluridisciplinaire et dimension professionnelle *	140	5 (0 + 0 +5)
Actions professionnelles	42	1,5 (0+0+1,5)
Langue vivante A	56	2 (0+2+0)
Stages	7x35 = 245	
TOTAL	1043	28,5 (13+8+9)
Enseignement facultatif :		
Langue vivante étrangère (LVB)		1(0+1+0)

*S3 : discipline Horaire	Technologie et techniques professionnelles	Gestion- Management	Physique- chimie appliquée	Cosmétologie appliquée
Hebdomadaire	2	1,5	1	0,5
Annualisé	56	42	28	14
Organisation	Bloc commun hebdomadaire 5 h			

*S4 : Projet professionnel- L'accompagnement est assuré par l'équipe pédagogique de seconde année ; un nombre équivalent d'heures « professeur » est nécessaire pour le suivi et l'encadrement des projets.

ANNEXE IV

RÈGLEMENT D'EXAMEN

			Scolaires (établissement publics ou privés sous contrat) Apprentis (CFA ou sections d'apprentissages habilités)		Formation professionnelle continue (établissements publics habilités à pratiquer le CCF) GRETA	Scolaires (établissements privés hors contrat) Apprentis (CFA ou sections d'apprentissage non habilités) Formation professionnelle continue (établissement privé) Au titre de leur expérience professionnelle Enseignement à distance	
Épreuves	Unités	Coeff.	Forme	Durée	Forme	Forme	Durée
E1 Culture générale et expression	U1	3	Ponctuelle écrite	4 h	CCF 3 situations	Ponctuelle écrite	4 h
E2 Langue vivante étrangère 1	U2	2	CCF 2 situations		CCF 2 situations	Ponctuelle orale	30 min 15 min
E3 Management et gestion de l'entreprise	U3	4	Ponctuelle écrite	4 h	CCF 1 situation	Ponctuelle écrite	4 h
E4 Environnement scientifique et technologique	U4	4	Ponctuelle Écrite	4 h	Ponctuelle Écrite	Ponctuelle Écrite	4 h
E5 Techniques professionnelles	U5	4	CCF 2 situations		CCF 2 situations	Ponctuelle Pratique	2 h30
E6 Projet	U6	6	Ponctuelle orale	40 min	CCF 1 situation	Ponctuelle Orale	40 min
Épreuve facultative Langue vivante (1) (2)	UF1		Ponctuelle orale	20 min	Ponctuelle orale	Ponctuelle orale	20 min

- (1) La langue vivante choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différentes de celle choisie au titre de l'épreuve obligatoire
- (2) Seuls les points au-dessus de la moyenne sont pris en compte

ANNEXE VI

1. Objectif de l'épreuve

L'objectif visé est de certifier l'aptitude des candidats à communiquer avec efficacité dans la vie courante et la vie professionnelle.

L'évaluation a donc pour but de vérifier les capacités du candidat à :

- tirer parti des documents lus dans l'année et de la réflexion menée en cours ;
- rendre compte d'une culture acquise en cours de formation ;
- apprécier un message ou une situation ;
- communiquer par écrit ou oralement ;
- appréhender un message ;
- réaliser un message.

(cf. annexe III de l'arrêté du 17 janvier 2005 – BO n° 7 du 17 février 2005.)

2. Formes de l'évaluation

2.1 - Forme ponctuelle

Épreuve écrite, durée 4 h

On propose trois à quatre documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.) choisis en référence à l'un des deux thèmes inscrits au programme de la deuxième année de STS. Chacun d'eux est daté et situé dans son contexte.

Première partie : synthèse (notée sur 40)

Le candidat rédige une synthèse objective en confrontant les documents fournis.

Deuxième partie : écriture personnelle (notée sur 20)

Le candidat répond de façon argumentée à une question relative aux documents proposés. La question posée invite à confronter les documents proposés en synthèse et les études de documents menée dans l'année en cours de "Culture générale et expression".

La note globale est ramenée à une note sur 20 points.

(cf. annexe III de l'arrêté du 17 janvier 2005 – BO n° 7 du 17 février 2005.)

2.2 - Contrôle en cours de formation

L'unité de "Culture générale et expression" est constituée de trois situations d'évaluation. Les deux premières, de poids identiques, sont relatives à l'évaluation de la capacité du candidat à appréhender et à réaliser un message écrit.

Première situation d'évaluation (durée indicative : 2 heures) :

- a) Objectif général : Évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.
- b) Compétences à évaluer :
 - Respecter les contraintes de la langue écrite ;
 - Synthétiser des informations : fidélité à la signification des documents, exactitude et précision dans leur compréhension et leur mise en relation, pertinence des choix opérés en fonction du problème posé et de la problématique, cohérence de la production (classement et enchaînement des éléments, équilibre des parties, densité du propos, efficacité du message).
- c) Exemple de situation :

Réalisation d'une synthèse de documents à partir de 2 à 3 documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.) dont chacun est daté et situé dans son contexte. Ces documents font référence au deuxième thème du programme de la deuxième année de STS.

Deuxième situation d'évaluation (durée indicative : 2 heures) :

- a) Objectif général : Évaluation de la capacité du candidat à appréhender et réaliser un message écrit.
- b) Compétences à évaluer :
- Respecter les contraintes de la langue écrite ;
 - Répondre de façon argumentée à une question posée en relation avec les documents proposés en lecture.
- c) Exemple de situation :
- A partir d'un dossier donné à lire dans les jours qui précèdent la situation d'évaluation et composé de 2 à 3 documents de nature différente (textes littéraires, textes non littéraires, documents iconographiques, tableaux statistiques, etc.), reliés par une problématique explicite en référence à un des deux thèmes inscrits au programme de la deuxième année de STS et dont chaque document est daté et situé dans son contexte, rédaction d'une réponse argumentée à une question portant sur la problématique du dossier.

Troisième situation d'évaluation

- a) Objectif général : Évaluation de la capacité du candidat à communiquer oralement.
- b) Compétences à évaluer :
- S'adapter à la situation (maîtrise des contraintes de temps, de lieu, d'objectifs et d'adaptation au destinataire, choix des moyens d'expression appropriés, prise en compte de l'attitude et des questions du ou des interlocuteurs) ;
 - Organiser un message oral : respect du sujet, structure interne du message (intelligibilité, précision et pertinence des idées, valeur de l'argumentation, netteté de la conclusion, pertinence des réponses...).
- c) Exemple de situation
- La capacité du candidat à communiquer oralement est évaluée au moment de la soutenance du rapport de stage.

Chaque situation est notée sur 20 points. La note globale est ramenée à une note sur 20.

Épreuve E2 (Unité U2) : Langue vivante étrangère 1

Coefficient 2

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

1. 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

2. Formes de l'évaluation

2.1. Forme 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.

1. Compréhension de l'oral : *30 minutes sans préparation*
Modalités : cf. Première situation d'évaluation du CCF ci-dessous ;
2. 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 ci-dessous.

2.2. Contrôle en cours de formation

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.

Passation 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.

Deuxième situation d'évaluation : Évaluation de la production orale en continu et de l'interaction au cours des deuxième et troisième trimestres de la deuxième année (durée 15 minutes + 30 minutes de préparation) :

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'excèdera 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 E3 (unité 3) : Management et gestion d'entreprise

Coefficient 4

1- Objectifs de l'épreuve

Il s'agit de mettre le candidat en situation d'analyse et de résolution de problèmes de management et de gestion dans le cadre d'une structure du secteur professionnel dont il serait salarié ou responsable.

L'épreuve a pour but de vérifier :

- la capacité à appréhender un contexte professionnel,
- la capacité à analyser l'environnement économique et la situation de l'entreprise,
- l'aptitude à proposer et à justifier une ou des solution(s) à une problématique.

2- Contenu de l'épreuve

L'épreuve permet d'évaluer tout ou partie des compétences suivantes :

A3.2 : Participer, en tant qu'expert, à l'élaboration d'un plan de communication de l'entreprise

B1.1 : Identifier les opportunités et les menaces du marché, identifier les potentialités d'une zone de chalandise

B2.2 : Apprécier la situation de l'entreprise et ses performances (financières, commerciales, humaines, organisationnelles, productives)

B2.4 : Gérer les relations commerciales avec les clients et les fournisseurs

B2.5 : Gérer les produits et les matériels

B3.1 : Recruter les collaborateurs

B3.2 : Encadrer l'équipe et organiser ses activités

B3.3 : Former et motiver les collaborateurs

C1.1 : Elaborer le projet s'inscrivant dans la stratégie commerciale de la marque, de l'entreprise

C1.2 : Concevoir et mettre en œuvre les opérations de lancement et de promotion de produits, matériels, services ou prestations

C3.1 : Caractériser la stratégie commerciale

C3.2 : Mettre en œuvre la stratégie commerciale dans l'espace professionnel

C4.2 : Concevoir et mettre en œuvre les actions de prospection et de fidélisation

C4.3 : Evaluer leur mise en œuvre

Les savoirs associés suivants peuvent être mobilisés et évalués :

- Mercatique
- Gestion
- Management
- Gestion des ressources humaines

Les savoirs associés suivants peuvent être mobilisés :

- Biologie appliquée
- Cosmétologie appliquée
- Techniques professionnelles.

À partir d'une situation professionnelle donnée, relative :

- au management et à la gestion de l'entreprise
- à la stratégie marketing
- au conseil - vente – achat de produits de services et de matériel

il est demandé aux candidats :

- d'identifier et d'analyser les différents éléments de la problématique
- de proposer et justifier des réponses qui prennent en compte l'environnement professionnel étudié.

3- Evaluation

L'évaluation porte essentiellement sur :

- l'aptitude à exploiter des documents, à en dégager des résultats ;
- la capacité à interpréter les résultats obtenus ;
- l'aptitude à dégager les composantes d'une situation, à les situer dans leur contexte ;
- la capacité à analyser et à argumenter ;
- la pertinence des solutions proposées et le réalisme de leur mise en œuvre ;
- la qualité de la communication écrite.

Les indicateurs d'évaluation correspondant aux compétences évaluées figurent dans la colonne « indicateurs d'évaluations » des tableaux décrivant les compétences.

4- Formes de l'évaluation

- Forme ponctuelle

Épreuve écrite d'une durée de 4 heures (Coefficient 4)

Composition de la commission d'évaluation

Pour l'évaluation de l'épreuve, il est fait appel aux professeurs chargés des enseignements concernés.

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 concernés.

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

Elle est organisée en fin de seconde année.

À l'issue de la situation d'évaluation, dont le degré d'exigence est équivalent à celui requis pour l'épreuve ponctuelle correspondante, les enseignants concernés adressent 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.

Épreuve E4 (Unité U4) : Environnement scientifique et technologique

Coefficient 4

1- Objectifs de l'épreuve

L'épreuve a pour but de vérifier :

- les connaissances scientifiques et l'aptitude à les mobiliser dans une (ou des) situation(s) professionnelle(s) définie(s) ;
- la qualité de la réflexion, de l'analyse, du raisonnement scientifique ;
- la rigueur, la clarté et l'efficacité de l'expression écrite.

L'épreuve « Environnement scientifique et technologique » permet d'évaluer tout ou partie des compétences suivantes :

A1.1 : Rechercher, analyser et diffuser des informations, des données scientifiques, techniques et commerciales et professionnelles

A2.3 : Adapter sa pratique, enrichir son expertise en tenant compte de l'évolution des produits, des matériels, des techniques et des tendances

A2.4 : Elaborer des protocoles innovants (prestations ou services)

Les savoirs associés suivants sont évalués :

- Physique et chimie appliquées,
- Biologie appliquée,
- Cosmétologie appliquée,

Les savoirs associés de « environnement professionnel » et « Technologie et techniques professionnelles », pourront être mobilisés.

2- Contenu de l'épreuve

L'évaluation porte notamment sur :

- la pertinence et la précision de l'évaluation du contexte, de la situation, du problème
- l'exactitude des connaissances scientifiques et techniques et l'aptitude à les mobiliser
- la qualité de la réflexion, la capacité à analyser et interpréter des résultats obtenus;
- la pertinence des solutions proposées ;
- la maîtrise du vocabulaire scientifique, technique ;
- la qualité de l'étude produite (rédaction, organisation et mise en valeur de l'information...).

3- Evaluation

- Forme ponctuelle

Épreuve écrite d'une durée : 4 heures (Coefficient 4)

Le sujet s'inscrit dans un contexte professionnel précis et circonstancié.

L'épreuve prend appui sur un dossier documentaire.

Le dossier documentaire peut contenir :

- des fiches techniques (produits et matériels)
- des protocoles de prestations (services techniques, rituels de soins...)
- des documents commerciaux, réglementaires, normatifs...
- des articles de revues, de recherche...

Pour un contexte donné, il peut être demandé au candidat :

- une analyse de la situation
- la conception et la rédaction de protocoles innovants, de « dossier-produit
- un développement d'explications, d'argumentaires
- une note d'aide à la décision.

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).

- 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 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.

Épreuve E5 (Unité U5) : Techniques professionnelles

Coefficient 4

1- Objectifs de l'épreuve

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

2- Contenu de l'épreuve

L'épreuve « Techniques professionnelles » permet d'évaluer tout ou partie des compétences suivantes :

A2.1 : Identifier les besoins et les attentes des interlocuteurs

A2.2 : Proposer et réaliser des prestations de coloration, de mise en forme associant coupe et coiffage

A3.1 : Etablir une relation de communication professionnelle adaptée à différents interlocuteurs

A3.3 : Concevoir et conduire des actions d'animation, d'information, de formation et de développement commercial

Elle porte sur les savoirs associés suivants « Technologie et techniques professionnelles ».

Les savoirs associés de « Physique et chimie appliquées », « Biologie appliquée », « Cosmétologie appliquée », « Environnement professionnel » peuvent être mobilisés.

3- Evaluation

L'évaluation porte sur :

- la qualité du diagnostic ;
- le choix justifié des produits, des appareils, des techniques et l'adaptation des propositions et des réalisations à la situation ;
- la maîtrise des techniques professionnelles et la qualité du résultat obtenu ;

- les qualités d'organisation dans l'espace et le temps ;
- le respect des conditions d'hygiène et de sécurité ;
- les qualités de communication, la pertinence de l'argumentation dans le cadre d'actions d'animation, d'information, de formation et de développement commercial.

4-Formes de l'évaluation

- Forme ponctuelle

Épreuve pratique d'une durée de 2 heures 30 minutes (Coefficient : 4)

L'épreuve comporte trois parties :

- à partir du diagnostic réalisé sur un modèle, mis à disposition du candidat, le candidat propose une prestation correspondant au cahier des charges du sujet de cette partie d'épreuve (*oral : 10 minutes et écrit : 10 minutes*).
- sur une tête implantée, le candidat réalise une présentation-démonstration relative à la technique dans le cadre d'une action d'information, de formation, d'animation ou de stimulation commerciale. (*préparation : 15 minutes et présentation orale : 15 minutes*).
- Sur son modèle majeur, le candidat réalise une prestation comprenant une technique de coloration d'oxydation ou une technique de mise en forme durable, associée à une coupe de finition et un coiffage (*pratique, durée : 1heure40*).

Composition de la commission d'évaluation

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

- Contrôle en cours de formation

Le contrôle en cours de formation comporte une situation d'évaluation au cours de la seconde année organisée dans l'établissement de formation par les professeurs responsables des enseignements. Des professionnels peuvent être associés à cette évaluation.

Le corps d'inspection veille au bon déroulement du contrôle en cours de formation.

La situation d'évaluation est organisée selon les mêmes modalités 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 la situation d'évaluation, le barème de correction, la fiche 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.

Épreuve E6 (Unité U6) : Projet

Coefficient 6

1- Objectifs de l'épreuve

L'épreuve consiste en une présentation orale du projet professionnel.

Cette épreuve a pour but de vérifier :

- la capacité à définir une problématique et à mettre en œuvre une méthodologie
- l'aptitude à conduire une réflexion critique

- l'aptitude à présenter à l'oral ses travaux.
-

2- Contenu de l'épreuve

L'épreuve E5 « Projet » porte sur tout ou partie des compétences :

- A1.2 : Echanger des informations et des données avec divers interlocuteurs ou services
- A1.3 : Assurer une veille artistique permanente dans le domaine de la création et de la mode
- A3.4 : Inscrire son action dans une stratégie
- A4.1 : Elaborer ou adapter un protocole d'utilisation
- A4.2 : Objectiver l'efficacité d'un produit, d'une technique, d'un appareil
- A4.3 : Elaborer une note de synthèse
- B1.2 : Déterminer une opportunité d'affaire
- B1.3 : Concevoir et défendre un concept de création ou de reprise
- B2.1 : Actualiser le système d'information
- B2.3 : Elaborer et mettre en œuvre un plan d'actions
- C2.1 : Mettre en œuvre un « process » qualité
- C2.2 : Transmettre et impulser la qualité de service auprès des partenaires, de l'équipe
- C2.3 : Evaluer la qualité du « process »
- C4.1 : Etablir un audit commercial, un état des lieux

L'ensemble des savoirs associés est mobilisé.

3- Evaluation

L'évaluation porte essentiellement sur :

- la qualité de l'observation et de l'analyse des caractéristiques de l'entreprise,
- le choix de la problématique,
- la capacité à mettre en œuvre une démarche de projet ;
- la pertinence, le réalisme des propositions et leur argumentation ;
- la rigueur de l'analyse ;
- les qualités d'expression et de communication.

Au cours de l'entretien, le candidat sera amené à proposer :

- une analyse des répercussions humaines, financières et organisationnelles de la ou des solution(s)
- des premières réflexions pour la mise en œuvre de la ou des solution(s).

4- Formes de l'évaluation

- Forme ponctuelle

- Épreuve orale (Coefficient 6)
- Durée : 40 minutes
 - Exposé : 15 minutes,
 - Entretien avec le jury : 25 minutes.

Le candidat doit produire un dossier relatif au projet (15 pages maximum, hors annexes), support de l'épreuve.

Le dossier doit comporter :

- une analyse du contexte

- l'identification d'une problématique
- la formulation d'une ou de solution(s) pertinente(s) et argumentée(s).
-

Composition de la commission d'interrogation :

La commission d'interrogation est composée de deux interrogateurs, un enseignant d'économie-gestion et un enseignant de technologie et techniques professionnelles ou un professionnel.

- Contrôle en cours de formation

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

Le contrôle en cours de formation comprend une seule situation d'évaluation organisée en fin de seconde année de formation.

Les corps d'inspection territoriaux veillent au bon déroulement des épreuves et à la conformité de l'évaluation. A l'issue de l'épreuve, une proposition de note pour chaque candidat est adressée au président du jury.

Les candidats devront avoir obtenu l'autorisation, de leur responsable de stage ou de leur supérieur hiérarchique au sein de leur entreprise (dans le cadre de leur activité professionnelle), d'utiliser les informations publiées dans leur dossier. Il leur sera en outre rappelé que cette épreuve ne saurait les libérer de l'obligation de respecter la confidentialité.

Le contrôle de conformité du dossier est effectué, selon les consignes transmises, par les autorités académiques avant l'interrogation. En cas de non-conformité, 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 dossier, l'épreuve ne peut se dérouler. Tout candidat sans dossier sera donc informé par la commission de l'impossibilité de conduire l'entretien. En conséquence, il ne pourra se voir délivrer le diplôme.

EF1 – Langue vivante

Unité UF1

Épreuve orale d'une durée de 20 minutes précédée de 20 minutes de préparation.

L'épreuve orale consiste en un entretien prenant appui sur des documents appropriés.

La langue vivante étrangère choisie au titre de l'épreuve facultative est obligatoirement différente de la langue étrangère obligatoire.