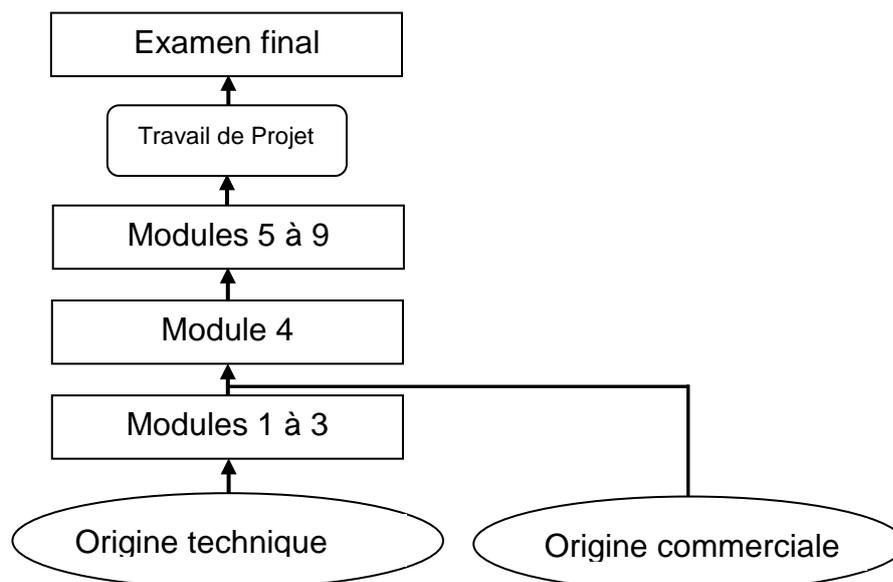


Module 1

Sciences économiques



Module 1 - Sciences économiques

2.1. Identification du module

Conditions préalables:	Qualification professionnelle reconnue ou équivalent
Compétences:	Les candidats doivent savoir reconnaître et appliquer les différents principes de l'économie politique et de l'économie d'entreprise.
Attestation de compétence:	Examen écrit (classique, choix multiples, étude de cas, projet)
Niveau:	Examen professionnel avec brevet fédéral
Objectifs pédagogiques:	<p>Les candidats</p> <ul style="list-style-type: none"> - connaissent le mécanisme du marché et la formation des prix sur le marché libre et peuvent le/la mentionner. - connaissent le principe de libre concurrence. - savent reconnaître l'organisation économique de différentes associations. - connaissent les principes de base de l'économie. - connaissent les tenants et les aboutissants d'une politique d'entreprise. - peuvent décrire les différents instruments de planification de l'entreprise. - sont capables d'appréhender les fonctions d'une entreprise et d'analyser le marché d'approvisionnement. - connaissent la finalité d'un dépôt de marchandises par rapport à un approvisionnement direct.
Reconnaissance:	Sur présentation de l'attestation de compétence, les participants reçoivent un certificat. Le certificat représente une certification partielle pour l'examen de conseiller de service à la clientèle avec brevet fédéral.
Délai:	7 ans
Examen de module:	<p>Forme: épreuve écrite</p> <p>Durée: 100 minutes</p> <p>Pour réussir l'examen, il faut obtenir 80% des points.</p>

2.2 Identification de l'organisateur

Organisateur:	UPSA, Union professionnelle suisse de l'automobile, Mittelstrasse 32, 3012 Berne, Tél.: 031/307 15 15, Fax: 031/307 15 16
Organisation de la formation:	cours à la journée, cours à la semaine, cours du soir
Contenu:	annexe
Durée de la formation:	50 heures
Validité:	5 ans
Remarques:	aucune

ANNEXE

1. ECONOMIE POLITIQUE

1.1.1 Mécanisme du marché et formation des prix

- Connaître la formation des prix par la loi de l'offre et de la demande sur un marché libre
- Savoir expliquer les répercussions des fluctuations de l'offre et de la demande sur les prix

1.1.2 Concurrence

- Connaître le principe de libre concurrence

1.1.3 Organisations économiques nationales

- Connaître la fonction, l'organisation et la signification de l'Union suisse des arts et métiers
- Connaître la fonction et l'organisation de l'Union professionnelle de l'automobile
- Connaître la finalité de l'Union du commerce et de l'industrie
- Connaître les principales fonctions de l'Union syndicale et de la Fédération suisse des travailleurs de la métallurgie et de l'horlogerie (FTMH)

1.2 ECONOMIE D'ENTREPRISE

1.2.1 Principes de base

- Savoir différencier la productivité de la rentabilité
- Enoncer les conditions nécessaires à l'augmentation de la productivité, la différencier de l'augmentation de la production à l'aide d'exemples
- Maîtriser la notion de rationalisation et ses objectifs, argumenter à l'aide d'exemples

1.2.2 L'entreprise

- Définir la notion d'entreprise
- Connaître les objectifs et les fonctions d'une entreprise
- Connaître les tenants et les aboutissants d'une politique d'entreprise

1.2.3 Instruments de planification

- Définir la notion de marketing, documenter le procédé lors de la planification du chiffre d'affaires dans l'atelier

1.2.4 Fonctions commerciales

- Définir les attributions d'une entreprise selon les fonctions
- Analyser le marché de l'approvisionnement, définir les objectifs
- Définir les objectifs et les fonctions de l'achat, établir sa planification et ses critères
- Connaître la finalité d'un dépôt de marchandises ainsi que ses différents avantages et inconvénients par rapport à un approvisionnement direct
- Définir la fonction et les différentes formes d'un fichier de stock
- Connaître les caractéristiques du stock, définir les informations privilégiées
- Connaître la finalité des différentes structures d'assortiment
- Définir la finalité de la publicité et les différentes méthodes employées, documenter les principes de la politique publicitaire
- Argumenter les méthodes de promotion de l'image et délimiter la publicité
- Définir l'essence même du marketing
- Documenter les fonctions du service à la clientèle