



# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE</b> .....	<b>2</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>3</b>
<b>GÉNÉRALITÉS</b> .....	<b>4</b>
<i>Évolutions du secteur de l'esthétique, cosmétique, parfumerie et des habitudes de consommation.</i> .....	4
<i>Critères de qualification de niveau 5</i> .....	5
<i>Blocs de compétences</i> .....	6
<i>Former : une approche pédagogique à construire en équipe</i> .....	6
<b>PRÉSENTATION DES BLOCS DE COMPÉTENCES</b> .....	<b>8</b>
BLOC DE COMPÉTENCES 1 (BC1) : DEVELOPPER DES PRESTATIONS ESTHÉTIQUES ET DES SERVICES DE BEAUTE ET DE BIEN-ETRE RESPECTUEUX DES TRANSITIONS ECOLOGIQUES .....	8
<i>Finalité du BC1</i> .....	8
<i>Mise en œuvre de l'enseignement du BC1</i> .....	8
BLOC DE COMPÉTENCES 2 (BC2) : CONCEVOIR OU REALISER TOUT OU PARTIE D'UN PROJET D'UNE ENTREPRISE, D'UN POLE D'ACTIVITE, D'UN SERVICE .....	16
<i>Finalité du BC2</i> .....	16
<i>Mise en œuvre de l'enseignement du BC2</i> .....	16
BLOC DE COMPÉTENCES 3A (BC3A) : MANAGER UNE ENTITE COMMERCIALE DANS LE DOMAINE DE LA BEAUTE ET DU BIEN-ETRE.....	22
<i>Finalité du BC3A</i> .....	22
<i>Mise en œuvre de l'enseignement du BC3A</i> .....	22
BLOC DE COMPÉTENCES 3B (BC3B) : ANIMER, FORMER ET NEGOCIER DANS LE CADRE DE STRATEGIES COMMERCIALES D'ENTREPRISES DE BEAUTE ET DE BIEN-ETRE.....	27
<i>Finalité du BC3B</i> .....	27
<i>Mise en œuvre de l'enseignement du BC3B</i> .....	27
BLOC DE COMPÉTENCES 3C (BC3C) : COSMETOLOGIE .....	32
<i>Finalité du BC3C</i> .....	32
<i>Mise en œuvre de l'enseignement du BC3C</i> .....	32
BLOC DE COMPÉTENCES EXPERTISE SCIENTIFIQUE ET TECHNOLOGIQUE : MOBILISER DES CONCEPTS SCIENTIFIQUES ET TECHNOLOGIQUES .....	38
<i>Finalité du BC expertise scientifique et technologique</i> .....	38
<i>Mise en œuvre de l'enseignement</i> .....	38
<b>LANGUES VIVANTES</b> .....	<b>45</b>
<b>STAGES OU PÉRIODES DE FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL</b> .....	<b>51</b>
FINALITE DES STAGES .....	51
MISE EN ŒUVRE DES STAGES .....	51
ÉVALUATION DES STAGES .....	51
<b>ACTIONS PROFESSIONNELLES</b> .....	<b>52</b>
FINALITE DES ACTIONS PROFESSIONNELLES .....	52
MISE EN ŒUVRE DE L'ENSEIGNEMENT DES ACTIONS PROFESSIONNELLES .....	52
<b>PORTFOLIO : UN OUTIL PRÉCIEUX POUR GARDER TRACE DES EXPÉRIENCES</b> .....	<b>54</b>
<b>ANNEXE 1 : RECOMMANDATIONS CONCERNANT LES DISCIPLINES PRENANT EN CHARGE LES ENSEIGNEMENTS</b> .....	<b>56</b>
<b>ANNEXE 2 : RESSOURCES</b> .....	<b>60</b>
SALLES SPECIALISEES .....	60
MATERIEL.....	60
LOGICIELS (LISTE NON EXHAUSTIVE) .....	62
BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE INDICATIVES POUR CERTAINS ENSEIGNEMENTS : .....	62
<b>ANNEXE 3 : GLOSSAIRE DE VERBES D'ACTION</b> .....	<b>64</b>

# INTRODUCTION

Le nouveau référentiel du BTS Métiers de l'esthétique, de la cosmétique et de la parfumerie est défini par l'arrêté du 9 décembre 2022 pour une mise en œuvre à la rentrée 2023 (première session d'examen en 2025).

Selon la loi n°771 du 05 septembre 2018 « pour la liberté de choisir son avenir professionnel », ce nouveau référentiel a été écrit en blocs de compétences. Il prend en compte les critères associés à un diplôme de niveau 5 du cadre national des certifications professionnelles (arrêté du 8 janvier 2019).

Dans le but d'accompagner les équipes pédagogiques, un guide d'accompagnement pédagogique (GAP) a été rédigé. Il a vocation à être enrichi et actualisé régulièrement afin de prendre en compte les évolutions nécessaires à la formation de futurs professionnels. En effet, l'évolution des produits, des techniques et l'apparition de nouveaux équipements conjugués à la digitalisation des activités exigent une capacité d'adaptation des professionnels.

Le guide propose une lecture pédagogique des différentes parties du référentiel.

Il présente chaque bloc de compétences en cohérence avec le référentiel. Pour chaque bloc, sont préconisés :

- les finalités ;
- l'organisation ;
- les intentions pédagogiques ;
- un exemple de séquence pédagogique et les articulations possibles avec les autres blocs de compétences, les actions professionnelles, les stages...

Des précisions sont également indiquées sur les actions professionnelles et les stages.

Enfin, le guide propose des recommandations relatives aux locaux et aux équipements et des ressources.

## GÉNÉRALITÉS

Évolutions du secteur de l'esthétique, cosmétique, parfumerie et des habitudes de consommation.

Quelques chiffres du marché du secteur « Beauté-Bien-être-Parfumerie », 2021 <sup>1</sup>(actualisation dynamique lors des prochaines publications) :

- Instituts-Spas-Centres de Soins Spécialisés Hi-Tech, centres d'Embellissement des Ongles et du Regard, Centres de Bronzage en Cabines :
  - 44 538 Entreprises
  - 43 377 Salariés
  - 3.542 Milliards €
- Thermalisme, Thalasso, Thermoludisme :
  - 230 établissements
  - 5 800 salariés
  - 292 Millions €
- Parfumerie :
  - 2 560 points de vente
  - 17 000 salariés
  - 3 Milliards €

La crise de la Covid a profondément modifié le secteur de la beauté mais également les attentes et habitudes de consommation des clients. La clientèle des instituts est devenue très attentive aux normes d'hygiène et à la propreté : elle veut être assurée, dès la prise de rendez-vous en ligne, de la mise en œuvre de protocoles qui garantissent sa sécurité sanitaire.

Le secteur des instituts High-tech est en forte progression (+30% en 2021 vs 2020).

Nous assistons à la digitalisation des points de vente et des instituts, le magasin physique devient un lieu connecté :

- Prise de rendez-vous en ligne
- Click and Collect
- Réservations en ligne
- Supports numériques pour les conseillers et esthéticiens
- Bornes d'aides à l'achat
- Multi canal
- Sites Internet / E-commerce
- Intelligence artificielle

Le client est en attente d'une personnalisation des soins, d'une reconnaissance ainsi que d'une valorisation, surtout au niveau de sa fidélité, à l'institut ou au point de vente.

Le client :

- est de plus en plus attentif au rapport qualité/prix et aux valeurs de l'entreprise (responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE), éco-citoyenneté...)
- se renseigne sur le net avant de choisir son institut et son magasin (80% des clients) : blogs, réseaux sociaux, influenceurs ....
- réalise de plus en plus d'achats en ligne (9% de parts de marché)

---

<sup>1</sup>Sources : données des branches professionnelles de l'esthétique, cosmétique, parfumerie.

- se tourne de plus en plus vers une beauté naturelle ou Green Beauty et Bio (courant du « *Less is more* ») avec une routine beauté simplifiée.

Le magasin physique et l'institut de beauté sont devenus un lieu de découverte sensoriel, un lieu d'éducation et d'achat d'impulsion : le client va privilégier l'expérience vécue et ressentie par lui en institut et point de vente.

### Critères de qualification de niveau 5

Ces critères guident la formation, en termes de savoirs, savoir-faire, responsabilité et autonomie.

Niveau	Savoirs	Savoir faire	Responsabilité et autonomie
Explicitation des critères	Le descripteur concerne la progression dans les connaissances pour exercer les activités professionnelles du niveau (les processus, les matériaux, la terminologie relative à un ou plusieurs champs ainsi que des connaissances théoriques)	Le descripteur concerne la progression : – de la complexité et de la technicité d'une tâche, d'une activité dans un processus – du niveau de maîtrise de l'activité professionnelle – de la mobilisation d'une gamme d'aptitudes cognitives et pratiques – du savoir-faire dans le domaine de la communication et des relations interpersonnelles, dans le contexte professionnel – de la capacité à transmettre des savoir-faire	Le descripteur concerne la progression dans les domaines suivants : – l'organisation du travail – la réaction face à l'aléa – l'appréhension de la complexité de l'environnement – la compréhension d'interactions avec des activités d'autres champs professionnels, permettant d'organiser son propre travail, de le corriger ou de donner des indications à du personnel encadré – la participation au travail collectif – le niveau d'encadrement
4	Large gamme de connaissances pratiques et théoriques en lien avec le champ professionnel considéré.	Effectuer des activités nécessitant de mobiliser un éventail large d'aptitudes.  Être capable d'adapter des solutions existantes pour résoudre des problèmes précis.	Organiser son travail de manière autonome dans des contextes généralement prévisibles mais susceptibles de changer.  Prendre en compte les interactions avec les activités connexes.  Participer à l'évaluation des activités.
5	Connaissances spécialisées et approfondies, régulièrement actualisées.	Maîtriser des savoir-faire dans un champ d'activité dont les limites sont connues, pour concevoir des solutions à des problèmes nouveaux.  Analyser et interpréter des informations, en mobilisant des concepts.  Transmettre le savoir-faire et des méthodes.	Prendre des initiatives pour gérer des projets ou accomplir des activités dans un contexte imprévu.  Encadrer une équipe. Gérer une unité.  Auto-évaluer ses propres performances.
6	Connaissances avancées dans un champ professionnel. Compréhension critique de théories et de principes.	Analyser et résoudre des problèmes complexes imprévus dans un domaine spécifique.  Dégager des solutions et les argumenter. Collaborer avec des experts.  Capitaliser et formaliser des savoir-faire et des méthodes.	Organiser son travail dans des environnements complexes et changeants.  Concevoir et organiser des processus de travail.  Développer les compétences individuelles et collectives de son équipe.

## Blocs de compétences

La loi du 5 mars 2014 relative à la formation professionnelle<sup>2</sup> institue le compte personnel de formation permettant aux salariés et demandeurs d'emploi de bénéficier de formations lorsque celles-ci sont inscrites au registre national des certifications professionnelles (RNCP).

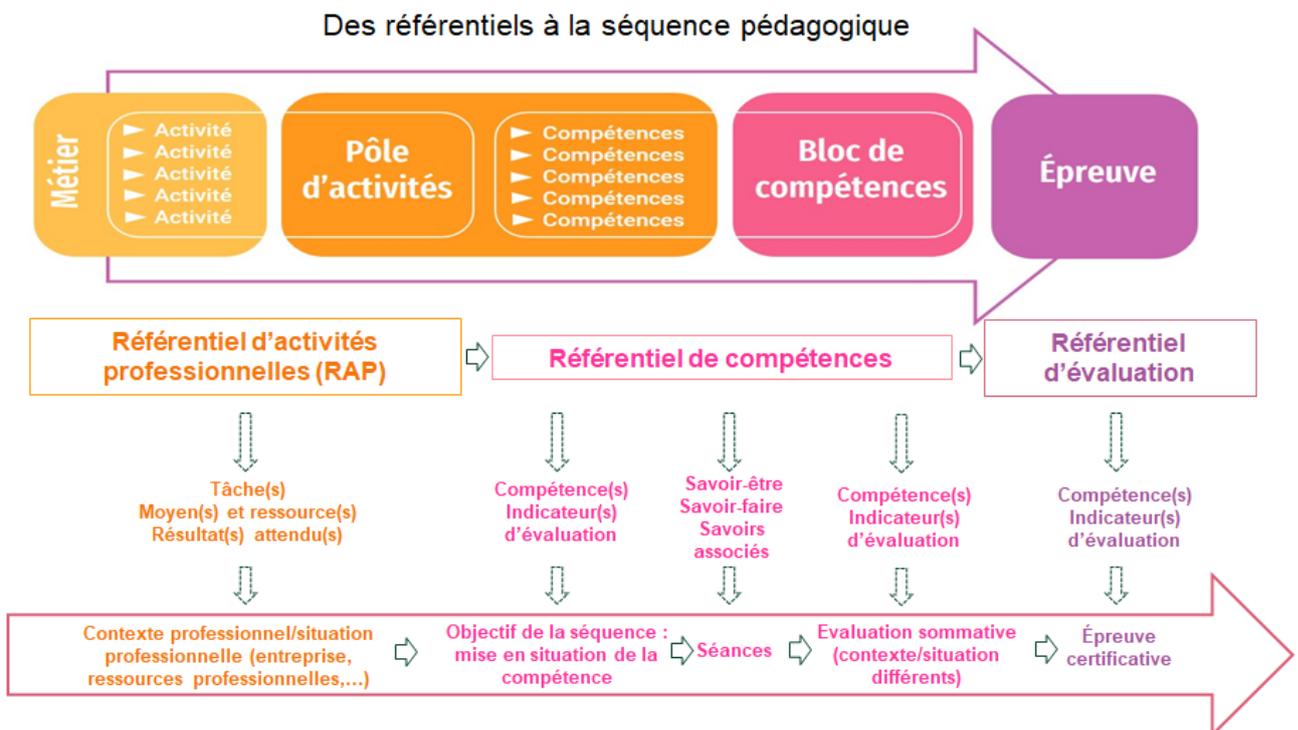
Les BTS sont inscrits au RNCP et pour être accessibles via le compte personnel de formation (CPF), il est nécessaire qu'ils soient organisés en blocs de compétences indépendants. Ces blocs sont « des ensembles homogènes et cohérents de compétences contribuant à l'exercice autonome d'une activité professionnelle et pouvant être évaluées et validées. » (France compétences, 2019<sup>3</sup>).

La structuration du diplôme en blocs de compétences permet de construire différents parcours en fonction des acquis des apprenants.

Pour rappel, définition du mot compétence : la compétence est la mobilisation de plusieurs savoirs (connaissances, savoir-faire et savoir-être) dans un contexte et une situation donnés.

Former : une approche pédagogique à construire en équipe

### Référentiels et séquences pédagogiques



Le référentiel d'activités professionnelles (RAP) décrit les activités et les tâches du métier qui sont regroupées par pôle d'activités. L'équipe pédagogique s'appuie sur ce RAP pour concevoir le plan de formation (on entend par « plan de formation » une programmation pédagogique sur l'ensemble du cycle).

La conception de chaque séquence pédagogique repose sur la description d'un contexte professionnel et de situations professionnelles, ainsi que sur les compétences visées.

Le contexte professionnel présente l'environnement de travail (type d'entreprise, locaux, équipements, poste occupé, collaborateurs, supports, marques...). Il doit être, autant que possible, réel, détaillé et

<sup>2</sup> <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000028683576&categorieLien=id>

<sup>3</sup> <https://www.francecompetences.fr/app/uploads/2019/12/note-bloc-de-compete%CC%81tences-version-au-24092019-003.pdf>

emprunté au tissu local. L'apprenant est mis en situations professionnelles dans l'objectif de répondre à la commande de l'entreprise.

L'objectif général de la séquence, précis et en cohérence avec le contexte et la situation professionnels, doit permettre de développer la/les compétence/s.

Les compétences à développer sont définies par le référentiel de compétences. Les indicateurs d'évaluation fixent les limites d'exigence de chaque compétence.

À chaque bloc de compétence (BC) sont listés les savoirs associés indispensables à l'acquisition des compétences.

Une épreuve certificative permet d'évaluer les compétences de chaque bloc.

### Enseigner : prise en compte des parcours et des statuts de formation

En première année de STS, les classes accueillent des étudiants d'origines scolaires variées : tout type de baccalauréats (baccalauréat professionnel esthétique-cosmétique-parfumerie et autres spécialités, baccalauréats technologique ou général). Par ailleurs, le public accueilli peut être de statuts différents (formation initiale sous statut scolaire ou d'apprenti, formation continue, ...).

Cette hétérogénéité constitue une richesse des acquis que l'équipe pédagogique doit prendre en compte afin d'élaborer le plan de formation et les séquences.

L'approche pédagogique doit être différenciée et permettre de valoriser la richesse et la complémentarité des compétences de chacun des apprenants au sein du groupe classe.

Exemples : rôle de tuteur entre pairs, ateliers différenciés, partage de méthodologies de travail, techniques de communication orales, démonstration de techniques de marques professionnelles, présentation d'appareils innovants utilisés sur le terrain, retour d'expériences professionnelles ...

### Enseigner : travail en équipe

La présentation du référentiel en blocs de compétences implique un travail d'équipe pluridisciplinaire régulier afin de donner du sens à la formation des futurs professionnels de l'esthétique cosmétique parfumerie.

Les différents enseignements de chaque bloc nécessitent une concertation permettant de formaliser l'organisation et la construction de séquences et d'évaluations partagées. Afin de donner du sens aux apprentissages, il est indispensable de faire du lien entre les différents blocs de compétences, voire les actions professionnelles et les stages ou périodes en entreprise.

Il appartient à chaque équipe pédagogique d'élaborer un plan de formation permettant de définir sur l'ensemble du cycle de formation les progressions, les périodes de stage, les périodes d'évaluation, ...

### Enseigner : mobilisation du numérique

Les aspects numériques et digitaux peuvent être utilisés dans tous les enseignements et sont nécessaires à l'acquisition des compétences numériques de base, notamment les fonctions de :

- traitement de texte (Word, LibreOffice Writer, ...) ;
- tableurs (Excel, LibreOffice Calc,...) ;
- diaporama (PowerPoint, LibreOffice Impress,...).

Chaque apprenant doit être capable de formaliser dans un portfolio numérique les compétences acquises tout au long de son parcours (voir la partie « Portfolio, un outil précieux pour garder une trace de ses expériences »).

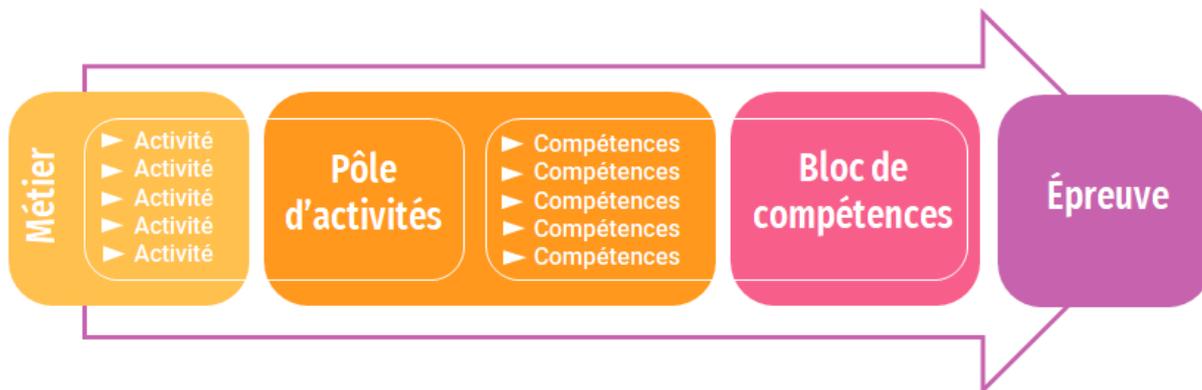
Afin de s'adapter à la digitalisation induite par les évolutions de la société, les exigences des métiers, les nouveaux modes de consommation, le référentiel insiste sur cet aspect.

Ainsi, la formation préparant au BTS MECP doit développer les compétences indispensables à la digitalisation (technologies digitales, ...).

# PRÉSENTATION DES BLOCS DE COMPÉTENCES

Le référentiel comprend notamment des :

- pôles d'activités = ensemble cohérent d'activités professionnelles ;
- blocs de compétences (BC) = ensemble de compétences se rapportant aux activités de chaque pôle ;
- épreuves certificatives = évaluation de chaque bloc de compétences (BC) par une épreuve.



Les projets de séquences présentés dans les blocs de compétences permettent d'illustrer la démarche pédagogique préconisée pour la formation des apprenants. Ces séquences constituent une base que chaque équipe enrichira de ses propres supports selon les activités pédagogiques proposées.

Chaque séquence permet de développer au moins une compétence dans un contexte et situation professionnels définis. Des savoirs associés d'enseignements différents sont mobilisés en cohérence avec la situation, y compris dans une séquence ciblée sur une technique professionnelle (par exemple pour argumenter techniquement et scientifiquement).

L'enchaînement des séances (titre, objectif, contenus...) se construit selon l'objectif général de séquence précisé.

L'évaluation sommative de chaque séquence doit permettre de vérifier l'acquisition de la (des) compétence(s) par l'analyse d'un contexte et d'une situation différents.

## Bloc de compétences 1 (BC1) : Développer des prestations esthétiques et des services de beauté et de bien-être respectueux des transitions écologiques

Finalité du BC1

La finalité du BC1 vise l'acquisition d'une entière autonomie dans l'exécution des activités de conception, de réalisation, de comparaison, d'expérimentation, de démonstration, d'évaluation, de conseils de prestations esthétiques et de services de beauté et de bien-être, de dynamisation d'offres commerciales correspondantes.

Mise en œuvre de l'enseignement du BC1

## Organisation générale

Tableau de synthèse de l'organisation du bloc de compétences :

Activités	Compétences	Enseignements Grilles horaires	Remarques
<p><b>1.1</b> Conception et réalisation de prestations et services esthétiques innovants</p> <p><b>1.2</b> Démonstrations de techniques esthétiques innovantes</p> <p><b>1.3</b> Dynamisation de l'offre commerciale et de la relation client</p>	<p><b>1.1</b> Concevoir ou réaliser des prestations et services esthétiques innovants</p> <p><b>1.2</b> Concevoir ou réaliser une prestation utilisant des rayonnements ultra-violet (UV)</p> <p><b>1.3</b> Concevoir ou réaliser des démonstrations de techniques esthétiques innovantes</p> <p><b>1.4</b> Dynamiser l'offre commerciale et la relation client</p>	<p><b>1<sup>ère</sup> année</b></p> <p>Environnement professionnel : 2h cours</p> <p>Conception de prestations esthétiques et démonstrations de techniques esthétiques : 1h TD + 5h TP</p> <p>Environnement commercial et relation client : 1h cours + 1h TP</p> <p>Design de communication en esthétique cosmétique : 1h TP</p> <p><b>2<sup>ème</sup> année (par option)</b></p> <p>Conception de prestations esthétiques et démonstrations de techniques esthétiques : 2h TP</p>	<p>Il est indispensable de créer du lien entre tous les enseignements du pôle1 pour en évaluer les composantes (le plan de formation de l'équipe pédagogique explicite ces liens).</p> <p><b>Épreuve E3</b></p> <p>Ponctuelle : Épreuve écrite et pratique de 3h</p> <p>CCF : 2 situations</p> <p>Les évaluations prennent en compte la logique du plan de formation conçu par l'équipe sur les 2 années de formation.</p> <p>Les 4 compétences seront évaluées au travers des 2 situations d'évaluation.</p> <p>Les mêmes compétences peuvent être évaluées sur les deux années, dans ce cas les indicateurs d'évaluation seront différents.</p> <p>En 2<sup>ème</sup> année, la démarche d'analyse doit être plus complexe et le contexte des situations d'évaluation est coloré en fonction de l'option.</p> <p><b>Points de vigilance</b></p> <p>La concertation d'équipe permet de déterminer également le moment de l'évaluation de la compétence 1.2. liée au rayonnement UV : 1<sup>ère</sup> ou 2<sup>ème</sup> année.</p> <p>La démonstration peut être évaluée à l'écrit ou à l'oral (le CCF permet de prioriser l'oral).</p>

Les contextes et situations professionnels peuvent être communs aux différents enseignements.

### Intention pédagogique pour l'environnement professionnel et les prestations esthétiques

Il est recommandé la construction de séquences contextualisées déclinées en situations professionnelles réalistes et d'actualité. Seront privilégiées pour les pratiques opérationnelles :

- la multiplicité des axes de travail en îlots, par thématique, par niveau de performance au sein de la même séance afin de :
  - favoriser l'autonomie et l'esprit d'équipe ;
  - valoriser et exploiter la diversité des expériences personnelles et professionnelles des étudiants ;
  - fixer des objectifs et confronter les observations et les résultats ;
- la découverte et l'expérimentation de techniques novatrices ou des tendances ;
- la conception et la mise en œuvre de démonstrations adaptées aux champs des métiers des 3 options.

### Intention pédagogique pour l'environnement commercial et relation client

Il est recommandé la construction de séquences contextualisées avec création d'environnement favorisant l'expérience client. Le contexte est décliné en situations professionnelles empruntées au monde de l'entreprise favorisant la mise en place de jeux de rôle.

L'observation de pratiques de terrain est fortement conseillée.

### Intention pédagogique pour le design de communication

L'étudiant est amené à :

- maîtriser les méthodes d'analyse d'un contexte (image de marque, cible, usages, ...) ;
- appréhender les codes de l'image publicitaire ;
- élaborer des propositions de mise en valeur de produits, prestations et services en lien avec la stratégie de l'entreprise et/ou de la marque.

Il est recommandé la mobilisation des outils et des méthodes spécifiques au design afin de développer la créativité.

### Savoirs associés : précisions

Les contextes et les situations, en cohérence avec l'activité professionnelle, permettent de développer les compétences et de mobiliser les savoirs associés. Ceux-ci ne doivent pas être enseignés de façon linéaire (la présentation des savoirs associés ne correspond pas à une progression).

Savoirs associés	Indications
<b>Environnement professionnel</b>	
Réglementation et déontologie professionnelles	Étude de la réglementation à partir de situations professionnelles et de cas de jurisprudence. Nécessité d'une veille déontologique, réglementaire, normative et technologique. Impacts sur l'évolution des activités du secteur de l'esthétique cosmétique. Étude des textes en vigueur (exercice de la profession, réglementation des actes, déontologie...) Limites du champ de compétences des professionnels de l'esthétique, de la beauté et du bien-être et les liens avec les professions de santé, les professions connexes (sensibilisation sur les pratiques médicales proches des techniques esthétiques, dispositifs médicaux...) Terminologie professionnelle adaptée.
Réglementation UV	Textes réglementaires, normes, recommandations OMS.
Réglementation commerciale et de la concurrence Protection du consommateur	Cadre légal et réglementaire de la relation client et de la vente conseil. Règles essentielles de la concurrence loyale. Principes du droit de la consommation. Modalités de protection du consommateur.
Hygiène professionnelle	(À partir du contexte sanitaire en vigueur) Identification des risques de contamination lors de la réalisation des soins esthétiques et de leurs enchaînements. Propositions et mise en œuvre des solutions de prévention et de traitement. Niveaux de traitement en milieu professionnel. Entretien d'une cabine UV.
Posture professionnelle	Présentation de la charte qualité et des normes en vigueur. Sélection et argumentation des gestes professionnels. Conception des procédures d'hygiène et d'ergonomie.
Organisation et sécurité des postes de travail	Présentation des risques professionnels, des obligations des employeurs en matière de sécurité et de réglementation des locaux (document unique, obligation d'affichage...) Conformité d'une cabine UV.
Optimisation des espaces professionnels	Conception d'un aménagement rationnel, conforme et ergonomique. Adaptation des facteurs d'ambiance avec le concept commercial et les contraintes écologiques. Planification optimisée de l'occupation des espaces professionnels.
Offre et demande du marché	Mise en adéquation des tendances actuelles de l'offre commerciale avec la demande et les comportements d'achat du consommateur.
Étude des produits et des dispositifs à visée esthétique Technologies des appareils	Méthode d'utilisation, précautions à prendre, effets physiologiques et esthétiques attendus, indications et contre-indications, méthodes d'utilisation, réglementation en vigueur. Comparaison de produits, de gammes, et d'appareils en s'appuyant sur les démarches d'analyse fonctionnelle et comparative.

	Sélection pour un achat et pour une utilisation. Procédures d'entretien et de maintenance.
<b>Conception de prestations esthétiques et démonstration de techniques esthétiques</b>	
Contexte professionnel	Prise en compte de la démarche qualité, des valeurs et des spécificités de l'entreprise et de la marque. Caractéristiques de la clientèle ou du public.
Personnalisation de la prestation	Techniques d'identification des caractéristiques, des besoins, des motivations et des freins. Propositions de solutions sur mesure.
Techniques esthétiques	Propositions, sélection et réalisation de prestations et de techniques esthétiques sur le visage et le corps (mains et pieds) selon les caractéristiques et les attentes du client, le contexte, l'actualité, les contraintes économiques, écologiques et la faisabilité. Démarche comparative, méthode d'analyse des résultats d'expérimentation. Stratégies d'évolution, solutions techniques, actions correctives. Mesure de l'efficacité des soins, de la satisfaction client, du respect du concept et de l'image commerciale et actions correctives. Prise en charge de la clientèle, bonnes pratiques dans le cadre d'une prestation UV. Conseils experts en matière d'exposition aux rayonnements UV artificiels/naturels.
Démonstration de techniques esthétiques	Sélection de prestation, appareil, instrument ou produit novateurs pour l'entreprise. Caractéristiques de l'espace de démonstration en parfumerie, institut de beauté, Spa, laboratoire, salon, congrès... Cibles et objectifs. Mise en valeur du merchandising, de la technique, des produits, du matériel, des accessoires. Discours de valorisation et de justification des techniques présentées. Argumentation commerciale favorisant les ventes et la fidélisation. Méthode d'évaluation et d'amélioration.
<b>Environnement commercial et relation client</b>	
Contexte de l'offre et de la demande	Présentation du concept de l enseigne, de l'image de la marque, de l'offre produits et de services. Partenaires institutionnels et professionnels. Identification des caractéristiques et des tendances du marché. Propositions d'offres commerciales et digitales adaptées.
Parcours et expérience client	Typologie des consommateurs, de leurs besoins, de leurs motivations et habitudes d'achat et les facteurs d'influence de l'achat. Sélection de produits et/ou de services en lien avec les acteurs d'émotions, les caractéristiques des parcours clients et les offres fournisseurs. Propositions d'actions pour renforcer l'expérience client : optimiser la qualité du vécu et la relation clientèle établie.
Conseil et proposition commerciale	Situations de vente en magasin, salons, réunions, en ligne et en forme hybride. Maîtrise des étapes de vente, du traitement de la satisfaction clientèle, des outils de mesure de la satisfaction clientèle et de la gestion des réclamations. Identification et analyse des indicateurs de satisfaction client (et de l'impact émotionnel et relationnel = expérience client).
<b>Design de communication</b>	
Éléments de l'image publicitaire	Éléments constitutifs : formes, images, couleurs, typographies, composition. Fonctions de l'image publicitaire : informative, incitative, ... Codes employés, messages véhiculés. Mise en relation avec le concept de l'enseigne, de l'image de la marque, de l'offre produits et de services.
Valorisation de produits et de services	Mise en valeur des produits et des services dans les médias (support imprimé et digital) et ses enjeux. Valorisation de l'offre selon les types des unités commerciales. Merchandising des linéaires dans les unités commerciales : physiques et virtuels.

## Présentation d'une fiche de préparation de séquence

Exemple en 1 <sup>ère</sup> année de formation		
Activités du pôle 1	Compétences du BC1	Indicateurs d'évaluation
<p><b>1-1</b> Conception et réalisation de prestations et services esthétiques innovants :</p> <p>Analyse et comparaison de prestations et services esthétiques</p> <p>Élaboration de prestations et services esthétiques</p>	<p><b>1.1</b> Concevoir ou réaliser des prestations et services esthétiques innovants</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exploitation pertinente des données du contexte professionnel nécessaires à la conception de prestations</li> <li>- Conception, réalisation de prestations nettoyantes attractives</li> <li>- Prise en compte de l'efficacité des techniques nettoyantes</li> </ul>
<p><b>1-3</b> Dynamisation de l'offre commerciale et de la relation client :</p> <p>Identification et analyse des attentes clients</p>	<p><b>1.4</b> Dynamiser l'offre commerciale et la relation</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caractéristiques du marché et des besoins de la clientèle identifiés pour les produits nettoyants</li> <li>- Prise en compte de l'univers de référence, du contexte omnicanal. Exemple : espace professionnel du site de la marque</li> </ul>
<p><b>Savoirs associés</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Environnement professionnel : Étude des produits et des dispositifs à visée esthétique</li> <li>Technologies des appareils</li> <li>- Conception de prestations esthétiques et démonstration de techniques esthétiques</li> <li>- Environnement commercial et relation client</li> <li>- Design de communication</li> </ul>	<p>Étude des produits nettoyants d'une marque locale bio, des accessoires nettoyants classiques (brosse, tire comédon...) et innovants (brosse silicone « beauty tools », éponges kojac, kabuki, cotons et lingettes lavables), des appareils nettoyants (brosses rotatives, vapozone, ultrasons fonction exfoliation, désincrustation électrique, haute fréquence...), des appareils de mesure... Remarque : 1 ou 2 appareils peuvent être étudiés</p> <p>Démarches de conception, de comparaison et d'évolution de protocoles de soin nettoyants pour la marque locale bio</p> <p>Techniques de démaquillage, de nettoyages, d'exfoliations et mesure de l'efficacité</p> <p>Remarque : toutes les techniques ne doivent pas être étudiées dans cette séquence</p> <p>Étude des tendances et caractéristiques du marché actuel des soins nettoyants</p> <p>Analyse des caractéristiques propres à la communication des marques bio et de production locale</p> <p>Valorisation de produits et de services en référence à la marque et à ses valeurs</p>	

<b>Titre de la séquence</b>	<b>La promotion de techniques nettoyantes de la marque locale bio auprès de nouveaux distributeurs.</b>
<b>Durée de la séquence</b>	16 heures sur 4 semaines en début de 1 <sup>ère</sup> année de formation
<b>Nombre de séances</b>	<p>2 séances de 1h : Conception de prestations esthétiques et démonstration de techniques esthétiques (horaire TD)</p> <p>1 séance de 2h : Environnement professionnel (horaire cours)</p> <p>3 séances de 3h : Conception de prestations esthétiques (horaire TP)</p> <p>1 séance de 1h : Environnement commercial (horaire TD)</p> <p>2 séances de 1h : Design de communication (horaire TP)</p> <p><b>NB :</b> Cette séquence proposée sur 4 semaines, permet d'aborder une autre thématique en conception de prestations esthétiques et démonstration de techniques esthétiques</p>

**CONTEXTE PROFESSIONNEL :**

Une marque locale bio, actuellement distribuée en parapharmacie et « boutique bio », souhaite développer ses parts de marché en instituts de beauté et SPA.

Cette nouvelle stratégie de distribution nécessite la conception de protocoles de soin associant les produits de la marque bio avec les techniques professionnelles proposées en cabine de soin.

**SITUATION PROFESSIONNELLE :**

Animateur formateur pour la marque bio locale, vous êtes chargé du développement et du suivi des ventes chez vos distributeurs actuels.

Dans le cadre de la nouvelle stratégie de distribution, votre directeur étend votre mission à la création de protocoles de soin cabine permettant de promouvoir toutes les références de vos produits nettoyants visage et corps.

Vous pourrez ainsi proposer une offre complète et personnalisée pour vos futurs partenaires professionnels.

Dans cette perspective, vous devez :

- tester des techniques nettoyantes du visage et du corps réalisées en instituts de beauté et en SPA ;
- sélectionner les techniques nettoyantes les plus attractives intégrant les produits de la marque ;
- pour chaque produit de la ligne nettoyante de la marque locale bio, concevoir le (ou les) protocole(s) le(s) plus adapté(s) à la clientèle ciblée des centres de soin.

**MOYENS ET RESSOURCES :** Éléments caractéristiques de l'environnement interne et externe à l'entreprise (identité de l'entreprise, organigramme du personnel, valeurs et démarche de l'entreprise, assortiment produits et accessoires, mode d'utilisation de produits et d'appareil, marchandisage, cible clientèle, stratégies de distribution et de communication, concurrence, positionnement commercial, exemple de protocoles types, étude de marché sur les techniques de soins nettoyants tendance...) sous forme d'un dossier papier ou numérique (des références de sites, vidéos...).

**OBJECTIF GENERAL :**

**Proposer l'offre personnalisée de prestations destinée à la nouvelle cible de distributeurs de la marque locale bio**

**PRÉ-REQUIS :**

Environnement professionnel : installation du poste de travail - Hygiène et posture professionnelle - Types et états de peau

Biologie : film cutané de surface, épiderme

Cosmétologie : formes galéniques des produits nettoyants - Détergents - Principes actifs, ...

Physique Chimie appliquées : transferts d'énergie, caractéristiques physico-chimiques de la matière

**Séance n°1:** Stratégie de développement de la marque locale bio

*Objectif :* repérer les caractéristiques du contexte nécessaires au développement de la marque locale bio

*Exemples d'activités :*

- Présentation des caractéristiques du contexte sous la forme d'une carte mentale
- Méthodologie d'analyse de documents ressources (rédaction d'une fiche outil et exemples d'analyse de documents, ...)

- Extraction et formalisation des caractéristiques nécessaires à la stratégie de développement

Les activités, pour l'acquisition des points ci-dessus, sont à diversifier (travaux de recherche en amont, présentation orale, numérique, écrite, travail en binômes...)

- Préparation des séances suivantes : supports papier et vidéos des protocoles nettoyants à étudier à la maison.

**Séance n°2 :** Profil de la clientèle en instituts de beauté et en SPA

*Objectif :* analyser les besoins et les spécificités de ces distributeurs et de leur clientèle.

*Exemples de savoirs associés :*

- Marché du SPA et des instituts de beauté : analyse de documents et bilan sur les besoins et attentes de la clientèle.
- Identification des techniques nettoyantes tendances en SPA et instituts de beauté.

**Séance n°3 :** Étude des accessoires et appareils de nettoyage

Voir les savoirs associés en lien

*Exemples d'activités :*

- Comparaison des accessoires et des appareils nettoyants en fonction de leur efficacité, de leur maniabilité, de leur rapport qualité prix et de leur impact sur l'environnement et la santé.
- Sélection puis présentation argumentée des accessoires et des appareils nettoyants les plus adaptés au contexte

Pour les deux séances suivantes 4 et 5 on réalise des techniques nettoyantes en expérimentant différents protocoles. La séance 4 est ciblée sur les techniques « produits et accessoires », la séance 5 sur « produits et appareils ».

**Séance n°4** : Expérimentation de techniques nettoyantes avec des produits et accessoires sur le visage et le corps

*Objectif* : réaliser des techniques nettoyantes en expérimentant différents protocoles pour la marque locale bio

Techniques à aborder :

- le démaquillage
- le nettoyage
- le gommage
- les accessoires et leur fonctionnalité/techniques
- la comparaison de l'efficacité et le ressenti de chaque technique (fiche type à compléter)

*Prérequis* : l'épiderme, le film hydrolipidique, les formes galéniques des produits nettoyants, les détergents, les principes actifs (à cibler sur les séances 2 et 3)

*Exemples d'activités* :

Expérimentation des techniques « produits et accessoires » sélectionnées

*Modalité de mise en œuvre* :

îlots tournants pilotés par les étudiants titulaires d'un baccalauréat professionnel esthétique cosmétique parfumerie.

**Séance n°5** : Expérimentation de techniques nettoyantes avec des produits et appareils, sur le visage et le corps

*Objectif* : réaliser des techniques nettoyantes en expérimentant différents protocoles

Techniques à aborder :

- le démaquillage
- le nettoyage
- le gommage
- les appareils et leur fonctionnalité/techniques
- la comparaison de l'efficacité et le ressenti de chaque technique (fiche type à compléter)

*Prérequis* : l'épiderme, le film hydrolipidique, les formes galéniques des produits nettoyants, les détergents, les principes actifs (à cibler sur les séances 2 et 3)

*Exemples d'activités* :

Expérimentation des techniques « produits et appareils » sélectionnées

*Modalité de mise en œuvre* :

îlots tournants pilotés par les étudiants titulaires d'un baccalauréat professionnel esthétique cosmétique parfumerie.

*Préparation de la séance 6* : travail à faire à la maison.

Sélection de techniques nettoyantes attractives pour les instituts et les SPA

Consigne : à partir de la gamme de produits nettoyants de la marque locale bio, sélectionner les techniques nettoyantes adaptées à la clientèle des instituts de beauté et des SPA.

**Séance n°6** : Proposition des protocoles de soins nettoyants cabine de la marque locale bio intégrant des accessoires, des appareils

*Objectif* : concevoir des protocoles de soins nettoyants à partir du mode d'utilisation de chaque produit de la

*Exemples d'activités* :

- méthodologie de conception d'un protocole de soin
- prise en compte des principes actifs et de leurs effets sur la peau pour la gamme de produits nettoyants à promouvoir
- construction des fiches protocoles

Remarque : pour la mise en forme commerciale, cette activité est complétée par une séance de design de communication sur le respect de l'univers de référence.

**Séance n°7 : Évaluation sommative**

L'évaluation peut s'appuyer sur le même contexte mais enrichi avec les caractéristiques d'un SPA partenaire et d'un profil client local. On demande de concevoir et de mettre en œuvre un protocole nettoyant qui devra prendre en compte les contraintes du centre de soin et du cas client.

### Prolongements pédagogiques de cette séquence en 1<sup>ère</sup> année

#### ACTIONS PROFESSIONNELLES

Pour cette séquence pédagogique : possibilité de conduire une étude de marché pour connaître les habitudes beauté en matière de nettoyage cutané (routine à domicile, habitudes d'achats, besoins et attentes, fréquentation des lieux de soin...) sous forme de micro-trottoir, sondage en ligne...

**STAGE**

Découverte et mise en œuvre de techniques nettoyantes innovantes proposées par les marques.

Prolongements pédagogiques en 2 <sup>ème</sup> année			
Options	Management	Formation marques	Cosmétologie
<b>Activités</b>	<p><b>Pôle 1</b> 1.2 Démonstration de techniques esthétiques innovantes</p> <p><b>Pôle 3A</b> 3.4A Dynamisation d'un point de vente</p>	<p><b>Pôle 1</b> 1.2 Démonstration de techniques esthétiques innovantes</p> <p><b>Pôle 3B</b> 3.2B Conception, réalisation, évaluation des actions de formation, d'animation</p>	<p><b>Pôle 1</b> 1.2 Démonstration de techniques esthétiques innovantes</p> <p><b>Pôle 3C</b> 3.3C Réalisation d'études cliniques, d'études consommateurs et d'évaluations sensorielles</p>
<b>Compétences</b>	<p><b>BC1</b> C1.2 Concevoir ou réaliser une prestation utilisant des rayonnements ultra-violets (UV) C1.3 Concevoir ou réaliser des démonstrations de techniques esthétiques innovantes</p> <p><b>BC3A</b> C3.4 A Dynamiser un point de vente</p>	<p><b>BC1</b> C1.2 Concevoir ou réaliser une prestation utilisant des rayonnements ultra-violets (UV) C1.3 Concevoir ou réaliser des démonstrations de techniques esthétiques innovantes</p> <p><b>BC3B</b> C3.2 B Concevoir, réaliser et évaluer des actions de formation, d'animation</p>	<p><b>BC1</b> C1.2 Concevoir ou réaliser une prestation utilisant des rayonnements ultra-violets (UV) C1.3 Concevoir ou réaliser des démonstrations de techniques esthétiques innovantes</p> <p><b>BC3C</b> C3.3 C Réaliser des études cliniques, des études consommateurs et des évaluations sensorielles</p>
<b>Contexte de 1<sup>ère</sup> année</b>	Une marque locale bio actuellement distribuée en parapharmacie et boutique bio souhaite développer ses parts de marché en instituts de beauté et SPA.		
<b>Contexte enrichi en 2<sup>ème</sup> année</b>  <b>Mise en avant de la gamme de produits solaires</b>	<p>Vous êtes SPA Manager. Mise en place d'une action de lancement de cette marque auprès de votre clientèle fidèle.</p> <p><b>Moyens et ressources :</b> identité du SPA, valeurs et démarche du SPA, assortiment produits et accessoires solaires (ex : le bracelet UV June de Netatmo, My Skin Track UV, l'application Soleil Risk), merchandising proposé par la marque bio, cible clientèle...</p> <p><b>Activités possibles :</b> - dynamisation du point de vente : conception d'un événement commercial au sein du SPA pour la clientèle fidèle, organisation de l'espace de vente, mise en œuvre de démonstrations d'application de produits</p>	<p>Vous êtes animateur commercial pour la marque bio.</p> <p>Dans le cadre du lancement de la marque dans un SPA partenaire vous proposez une stimulation commerciale à l'équipe.</p> <p><b>Moyens et ressources :</b> identité du SPA, valeurs et démarche du SPA, assortiment produits et accessoires solaires sélectionnés pour la stimulation commerciale. (ex : le bracelet UV June de Netatmo, My Skin Track UV, l'application Soleil Risk), directives commerciales, financières, humaines, logistiques.</p> <p>Données sur les primes et rémunérations exceptionnelles</p> <p><b>Activités possibles :</b> - animation de l'équipe du SPA partenaire : détermination du plan d'action et des besoins de</p>	<p>Vous êtes responsable adjoint du service d'analyse sensorielle de la marque bio. Parmi l'assortiment conçu pour le SPA, une gamme solaire va être proposée avec des accessoires solaires (ex : le bracelet UV June de Netatmo, My Skin Track UV, l'application Soleil Risk). Avant sa mise sur le marché, l'entreprise de la marque locale bio, prépare des protocoles d'application avec routine solaire pour un panel d'analyse sensoriel.</p> <p><b>Moyens et ressources :</b> composition du panel, objectif de l'analyse, gamme testée, descripteurs....</p> <p><b>Activités possibles :</b> - protocoles d'application des produits pour le panel d'analyse sensoriel sélectionné.</p>

	et d'utilisation d'accessoires.	l'équipe, formation de l'équipe pour l'animation commerciale et la dynamique de groupe, mise en place de challenge.	- démonstration devant le panel d'analyse sensorielle sélectionné.
--	---------------------------------	---	--

## Bloc de compétences 2 (BC2) : Concevoir ou réaliser tout ou partie d'un projet d'une entreprise, d'un pôle d'activité, d'un service

### Finalité du BC2

La finalité du BC2 vise la capacité à s'inscrire dans la conception ou la mise en œuvre de tout ou partie d'un projet d'une entreprise, d'un pôle d'activité, d'un service. Le projet représente une démarche pour mener des actions de développement au sein de l'entreprise. Afin de faciliter la compréhension et la maîtrise de cette démarche, l'apprenant est amené à décomposer un projet existant afin d'identifier les différentes étapes nécessaires à la mise en œuvre d'une réponse aux besoins de développement d'une entreprise. Il s'agit de lui faire acquérir les compétences professionnelles inhérentes à la mise en œuvre d'un projet. Ensuite à partir de l'analyse d'un contexte professionnel et d'une situation professionnelle, l'étudiant conçoit ou réalise tout ou partie d'un projet dans le respect de la responsabilité sociétale de l'entreprise.

### Mise en œuvre de l'enseignement du BC2

#### Organisation générale

Tableau de synthèse de l'organisation du bloc de compétences :

Activités	Compétences	Enseignements Grilles horaires	Épreuve
<p><b>2.1</b> Analyse des besoins de développement d'une entreprise, d'un pôle d'activité, d'un service</p> <p><b>2.2</b> Participation à la conception ou à la réalisation d'un projet innovant en lien avec une entreprise dans le respect de la responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE)</p> <p><b>2.3</b> Communication avec les différents services de l'entreprise et ses partenaires</p>	<p><b>2.1</b> Analyser les besoins d'une entreprise, d'un pôle d'activité, d'un service</p> <p><b>2.2</b> Participer à la conception ou à la réalisation d'un projet en lien avec une entreprise dans le respect de la RSE</p> <p><b>2.3</b> Communiquer avec les différents services de l'entreprise et ses partenaires</p>	<p><b>1<sup>ère</sup> année L'é</b></p> <p>Projet dans le secteur de la beauté et du bien-être : 1,5h TP</p> <p>Culture économique juridique et managériale et stratégies de l'entreprise : 2,5h cours</p> <p>Communication dans l'environnement professionnel : 1,5h cours + 1h TD</p> <p><b>2<sup>ème</sup> année (par option)</b></p> <p>Projet dans le secteur de la beauté et du bien-être : 3h TP</p>	<p><b>Ponctuel :</b> épreuve orale 40 min (15 min exposé et 25 min entretien)</p> <p>Le dossier écrit (10 pages hors annexes), support de l'épreuve est noté (coef 1).</p> <p>L'épreuve orale est notée coef 4.</p> <p><b>Important :</b> Pour l'option B, la compétence 2.3 est évaluée également en langue vivante étrangère B (LVB)</p>

## Démarche de projet

### Définition

Selon la Norme ISO10006, un projet est un processus unique qui consiste en un ensemble d'activités coordonnées et maîtrisées, comportant des dates de début et de fin, entrepris dans le but d'atteindre un objectif conforme à des exigences spécifiques, telles que des contraintes de délais, de coûts et de ressources.

Il s'agit d'une démarche spécifique qui permet de structurer méthodiquement et progressivement une réalité à venir. Un projet est défini et mis en œuvre pour élaborer une réponse au besoin d'un utilisateur, d'un client ou d'une clientèle, et il implique un objectif et des actions à entreprendre avec des ressources données.

### Intérêts du projet

Le projet est une modalité performante pour l'entreprise et ses parties prenantes dans différents domaines :

- Le développement de l'activité
- L'amélioration de la satisfaction de la clientèle
- L'innovation dans les pratiques professionnelles
- La motivation des équipes
- L'accompagnement au changement
- La dynamisation des ventes...

Pour l'entreprise, le projet permet d'innover, de moderniser, d'améliorer, d'inciter, de gérer, de manager.

Le projet est à distinguer des actions professionnelles. Potentiellement toutes les compétences du référentiel peuvent être développées dans le cadre des actions professionnelles. Une des étapes du projet peut être menée dans le cadre d'une action professionnelle.

Les caractéristiques du projet permettent de le distinguer des actions professionnelles.

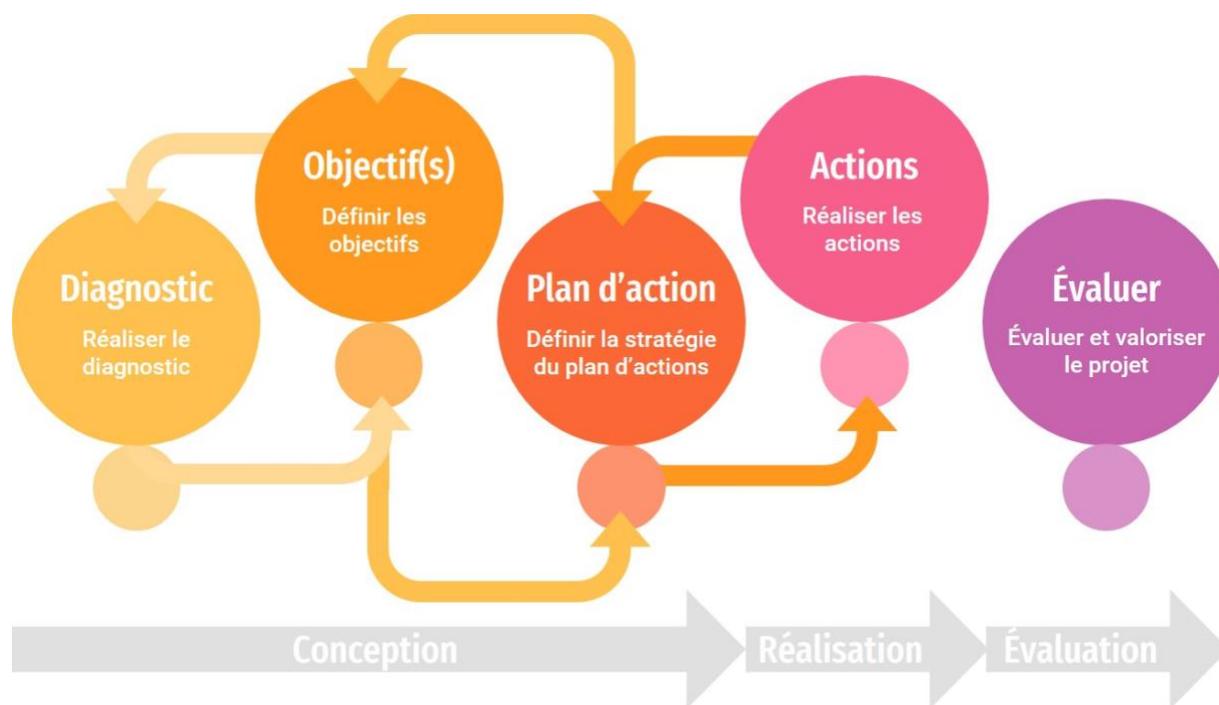
Caractéristiques	Projet	Action professionnelle
<b>Cahier des charges</b>	Présent	Soit non défini, soit préétabli (commande ciblée et précisée)
<b>Organisation</b>	Processus défini étape par étape	Ponctuelle
<b>Activités</b>	Diversité dans la mise en œuvre	Limitées à une ou deux activités
<b>Moyens</b>	Financiers, logistiques, humains importants engageant l'entreprise et sa politique Diversité des acteurs, présence de partenaires externes...	Plus limités
<b>Perspectives</b>	Impacts à long terme pour l'entreprise (Ex : évolution du chiffre d'affaires, développement de la clientèle...)	Plus restreintes sur la durée et sur l'impact pour l'entreprise

Pour illustrer, voici deux exemples contextualisés de projets et d'actions professionnelles :

Contexte professionnel	Projet	Action professionnelle
Entreprise de beauté et de bien être intervenant en centre pénitentiaire	Projet de création d'une cabine de soins esthétiques, et organisation des soins	Réalisation d'un soin pour les détenues dans la cabine lors d'une journée
Marque de produits cosmétiques locale désirant diversifier sa clientèle	Projet de création d'une nouvelle crème pour les mains à destination des peaux matures	Réalisation d'un soin des mains dans une résidence pour personnes âgées.

## Étapes de la démarche de projet

Le bon déroulement d'un projet dépend de la méthode employée pour le construire et le préparer. Chaque étape interagit avec les autres et doit être réajustée en fonction de l'avancée du projet. L'évaluation s'effectue tout au long du projet. La démarche de projet se décompose en étapes qui se déroulent en 3 phases :



### Proposition d'organisation pédagogique

À noter qu'une partie des étudiants en fonction de leur parcours scolaire a déjà étudié la démarche de projet :

- Baccalauréat professionnel : lors de la réalisation du chef d'œuvre ;
- Baccalauréat technologique : étude de projets ;
- Baccalauréat général : sensibilisation à la démarche de projet.

En première année, l'enseignement de méthodologie de projet est assuré par au moins deux enseignants de disciplines différentes dont un professeur d'économie-gestion.

En deuxième année, l'enseignement du BC2 est également assuré au moins par deux, voire trois enseignants de disciplines différentes liées à l'option. Les 3 heures du BC2 sont spécifiques à chaque option.

Les apprentissages liés à ce bloc de compétences sont progressifs sur les deux années afin de permettre aux étudiants d'acquérir les savoirs, savoir-être et savoir-faire, de concevoir et mettre en œuvre des projets dans le secteur de la beauté et du bien-être.

À partir de projets réalisés dans le secteur de la beauté et du bien-être, l'ensemble des enseignements du BC2 doit être contextualisé, comme ceux des autres blocs de compétences.

En méthodologie de projet, l'étude ou la conception de tout ou partie de projets du domaine professionnel est menée. La programmation de ce bloc est à penser en lien avec les autres blocs de compétences et peut prendre appui sur les actions professionnelles.

En début de formation, la notion de projet sera définie et la démarche présentée à partir de l'étude et l'analyse de projets mis en œuvre dans le domaine de l'esthétique, de la cosmétique, de la parfumerie. À partir de différents exemples, l'étudiant est amené à décomposer un projet afin d'identifier les différentes étapes nécessaires à sa mise en œuvre en tenant compte des contraintes contextuelles. Il identifiera également le rôle des acteurs et leurs interactions. Les projets étudiés permettent, entre

autres, de découvrir les champs professionnels des trois options. L'étudiant, seul ou en groupe, conçoit tout ou partie de projets et réalise tout ou partie d'un projets.

Par exemple : à partir d'un projet d'une entreprise locale, il est possible de montrer comment le projet peut se décliner selon les options :

- Option A : Lancer un nouveau produit cosmétique
- Option B : Promouvoir un produit cosmétique chez les distributeurs
- Option C : Formuler un produit cosmétique

Les outils numériques sont à mobiliser. De ce fait, les enseignements nécessitent une salle informatique et peuvent être programmés ponctuellement dans une salle spécialisée (pour une mise en œuvre en fonction du projet : atelier d'esthétique, salle de laboratoire de cosmétologie, ...).

La seconde année sera consacrée à l'accompagnement du projet individuel de l'étudiant en vue de l'épreuve E4. Le projet tient compte de la responsabilité sociétale de l'entreprise.

Le projet présenté s'appuie sur un vécu en milieu professionnel (stages, action professionnelle, tout autre expérience professionnelle correspondant aux exigences de l'épreuve, ...). Il est conçu et doit être réalisable mais n'est pas obligatoirement réalisé. Un accompagnement différencié sera mis en place selon l'avancement des projets.

NB : La création d'une entreprise personnelle ne peut pas être envisagée comme projet pour l'épreuve E4.

### Savoirs associés : précisions

Les contextes et situations professionnels, en cohérence avec les activités professionnelles, permettent de développer les compétences et de mobiliser les savoirs associés. Ceux-ci ne doivent pas être enseignés de façon linéaire, la présentation des savoirs associés ne correspond pas à une progression.

Savoirs associés	Indications
<b>Méthodologie de projet</b>	
Démarche de projet	Caractéristiques d'un projet et différents types de projets Connaissance des étapes de la démarche de projet Réalisation d'un diagnostic (interne, externe) et d'une analyse de situation Détermination de la problématique et des objectifs du projet Réalisation d'une étude de faisabilité avec la prise en compte des contextes, des ressources (humaines, matérielles et financières) et des contraintes (temporelles, organisationnelles, environnementales, ...) Conception ou réalisation de tout ou partie de projets
Techniques de conduite et de suivi de projet	Élaboration du plan d'actions (actions, planning prévisionnel, budgétisation, outils de suivi, diagramme de Gantt, plan de communication interne et externe, ...) Constitution d'une équipe projet (acteurs internes et externes) Conduite d'une revue de projet Élaboration d'un plan d'évaluation du projet (tableau de bord avec différents indicateurs quantitatifs et qualitatifs, bilan humain, ...) et ajustements éventuels
<b>Culture économique, juridique et managériale</b>	
Organisations	Caractéristiques et finalités des organisations économiques (public, privé, taille, différentes ressources, ...) Prise en compte, par les entreprises du secteur esthétique-cosmétique, des préoccupations sociales, environnementales et économiques Démarche qualité (définition, enjeux, étapes, outils) au sein d'une structure (centre de beauté, industrie cosmétique, ...) Types de structures organisationnelles et déterminants du choix d'une structure Évolution de la forme organisationnelle dans la vie de l'entreprise
Entreprises	Caractéristiques de l'entreprise Facteurs déterminants du choix d'une forme juridique

	<p>Comparaison des différentes formes juridiques (Entreprise individuelle et structures sociétaires : EURL/SARL/SA/SAS)</p> <p>Formalités de constitution d'une entreprise</p> <p>Différentiation de la responsabilité civile et de la responsabilité pénale</p> <p>Analyse de situations mettant en œuvre les différents types de responsabilité (contractuelle et extra contractuelle)</p> <p>Formation, contenu du contrat et effets du contrat</p> <p>Types de contrat</p>
Environnement économique	<p>Présentation du secteur économique de l'esthétique-cosmétique en France et à l'international</p> <p>Environnement concurrentiel</p>
<b>Stratégies de l'entreprise</b>	
Dynamiques managériales	<p>Logique entrepreneuriale et logique managériale</p> <p>Distinction entre une démarche entrepreneuriale et une démarche managériale</p> <p>Mise en avant de la nécessaire complémentarité</p>
Management stratégique et management opérationnel	<p>Distinction entre les actions stratégiques et les actions opérationnelles</p> <p>Nécessité de l'interdépendance entre les actions</p> <p>Identification et analyse des indicateurs de performance (commerciaux, sociaux, environnementaux)</p> <p>Mesure des résultats et actions correctrices</p>
Politique d'innovation	<p>Enjeux et modalités de la politique de l'innovation</p> <p>Protection juridique des innovations (brevets)</p>
Ressources de l'entreprise	<p>Ressources financières :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Distinction entre les besoins de financement liés à l'exploitation et les besoins de financement liés aux investissements</li> <li>Présentation des solutions de financement</li> <li>Adaptation des modes de financement dans une situation donnée</li> </ul> <p>Ressources humaines :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dispositif de gestion des emplois et des parcours professionnels (GEPP)</li> <li>Facteurs de motivation et culture d'entreprise</li> <li>Identification des leviers de motivation conciliant les objectifs de l'entreprise et les attentes des salariés</li> <li>Cadre juridique (organisation de la vie au travail, contrat de travail, conflits, représentation du personnel)</li> </ul>
<b>Communication dans l'environnement professionnel</b>	
Acteurs de la communication	<p>Connaissance et présentation de soi</p> <p>Connaissance et prise en compte de l'autre (diagnostic sociologique et psychologique)</p> <p>Impact de l'environnement social</p> <p>Notions de préjugés, groupe social, marqueurs sociaux</p>
Relations entre acteurs	<p>Différentes formes de communication verbale et non verbale</p> <p>Interprétation du comportement des acteurs : identification du rapport de place, des enjeux, des types de relation, de la stratégie relationnelle adoptée</p> <p>Différenciation des situations professionnelles en fonction des interlocuteurs</p> <p>Intégration et adaptation des acteurs selon le type de contexte</p> <p>Écoute active, empathie, assertivité</p>
Communication dans un contexte professionnel	<p>Présentation des règles spécifiques aux écrits professionnels à usage interne et externe dont les écrits électroniques</p> <p>Organisation et tenue d'une réunion, d'un entretien</p> <p>Identification et utilisation des médias sociaux</p> <p>Élaboration d'un plan de communication intégrant différents outils adaptés aux besoins de la structure</p>
Design de communication en esthétique cosmétique	<p>Réalisation des supports de médiation favorisant la compréhension de la démarche de projet engagée et des éléments produits (images, visuels, schémas, data design*, maquette, ...). *présentation visuelle de données ou d'informations</p> <p>Utilisation des outils d'expression traditionnels et numériques.</p>

	Mobilisation des outils et méthodes du designer pour appuyer les phases de diagnostic en lien avec un usage et un usager, d'idéation et d'évaluation.
--	---

## Présentation d'une fiche de préparation de séquence

<b>Approche didactique</b>	
<b>Activités du référentiel</b>	
2.2 : Participation à la conception ou à la réalisation d'un projet en lien avec une entreprise dans le respect de la responsabilité sociétale de l'entreprise	
2.3 : Communication avec les différents services de l'entreprise et ses partenaires	
<b>Compétences mises en œuvre :</b>	
C2.2 Participer à la conception ou à la réalisation d'un projet en lien avec une entreprise dans le respect de la responsabilité sociétale de l'entreprise	
C2.3 Communiquer avec les différents services de l'entreprise et ses partenaires	
<b>Indicateurs d'évaluation en lien avec la compétence :</b>	
2.2 : Plan d'action cohérent avec les valeurs de la marque et de l'entreprise	
2.3 : Plan de communication du projet cohérent, expression orale et écrite maîtrisées et adaptées au public visé	
<b>Savoirs associés</b>	Méthodologie de projet Culture économique, juridique et managériale Stratégies de l'entreprise Communication dans l'environnement professionnel
<b>Approche pédagogique</b>	
<b>Titre de séquence</b>	Projet de développement du centre de beauté «AB» : apports juridiques des contrats, modes de financement et communication externe
<b>Estimation de la durée</b>	14 h Place dans la formation : deuxième semestre de la première année
<b>Objectif de la séquence</b>	Contribuer au développement du centre de beauté « AB » en se dotant d'un nouvel appareil : première action du projet de développement du centre de beauté « AB »
<b>Contexte professionnel</b>	Un projet est mis en place dans le cadre de la stratégie de développement du centre de beauté « AB » selon les principes de la RSE. Suite aux résultats du diagnostic, parmi les préconisations faites, le responsable a retenu le soin amincissant appareillé pour sa clientèle. Deux options se présentent à lui : la location ou l'achat d'un appareil.
<b>Situation professionnelle</b>	Assistant manager, vous accompagnez le responsable dans différentes missions en lien avec le projet de développement du centre de beauté : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analyse de la pertinence du choix entre la location ou l'achat de l'appareil amincissant</li> <li>- Choix du mode de financement adapté à l'investissement prévu</li> <li>- Préparation de l'entretien avec le fournisseur du matériel esthétique</li> <li>- Promotion du nouveau soin</li> </ul>
<b>Moyens et ressources</b>	Caractéristiques de l'entreprise : activité, chiffre d'affaires, profil de la clientèle, personnel Éléments du projet : résultats du diagnostic, acteurs, partenaires... Conditions générales de vente du fournisseur, facture de vente, contrat de location de l'appareil, extrait de la convention collective de l'esthétique, contrat de travail, fiche outil analyse d'un contrat, ...
<b>Pré-requis</b>	Selon la programmation
<b>Séance 1 2.5 h</b>	Location ou achat d'un appareil amincissant dans le respect de la RSE Objectif : Analyser les caractéristiques des appareils du marché, puis les différents contrats
<b>Séance 2 2.5 h</b>	Modalités de financement Objectif : Choisir le mode de financement adapté aux possibilités financières de l'entreprise
<b>Séance 3 2.5 h</b>	Entretien avec le fournisseur Objectif : Préparer les contenus de l'entretien avec le fournisseur

<b>Séance 4</b> 1 h	Plan de communication de la nouvelle prestation Objectif : Définir la stratégie de communication
<b>Séance 5</b> 1.5 h	Promotion du nouveau soin appareillé Objectif : Construire l'argumentaire commercial du nouveau soin
<b>Séance 6</b> 1h	Supports de communication de la nouvelle prestation Objectif : Réaliser les supports de communication sur le soin amincissant appareillé
<b>Séance 7</b> 1h	Évaluation d'une action du projet de développement de l'entreprise Objectif : Concevoir un outil afin d'évaluer le lancement du nouveau soin amincissant
<b>Séance 8</b> 2 h	Évaluation formative en appui sur un autre contexte et situation professionnels et transfert des compétences

**Liens avec les autres blocs de compétences :**

BC1 : Conception de prestations esthétiques et démonstration de techniques esthétiques

BC : Expertise scientifique et technologique.

## Bloc de compétences 3A (BC3A) : Manager une entité commerciale dans le domaine de la beauté et du bien-être

### Finalité du BC3A

Le bloc 3A doit permettre à l'étudiant d'acquérir des compétences pour piloter une entité commerciale au niveau stratégique et opérationnel, de manager des équipes et contribuer au développement de l'entreprise en dynamisant les ventes.

### Mise en œuvre de l'enseignement du BC3A

#### Organisation générale

Activités	Compétences	Enseignements Grille horaire	Épreuve
<b>3.1 A</b> : Élaboration et développement stratégique du projet entrepreneurial	<b>C3.1 A</b> Concevoir le projet entrepreneurial et déployer le management stratégique	Management de l'entité commerciale : 3h30 cours + 3h TD	Épreuve E5A ponctuelle écrite et pratique de 4h
<b>3.2 A</b> : Pilotage du management opérationnel	<b>C3.2 A</b> Piloter le management opérationnel	Management des équipes : 1h cours + 2h30 TD	
<b>3.3 A</b> : Gestion des ressources humaines	<b>C3.3 A</b> Gérer les ressources humaines	Cadre professionnel : 2h cours + 3h TP	
<b>3.4 A</b> : Dynamisation d'un point de vente	<b>C3.4 A</b> Dynamiser un point de vente	Communication dans le cadre de la promotion de l'entreprise : 1h cours + 2h TP	

#### Savoirs associés : précisions

Les contextes et les situations, en cohérence avec l'activité professionnelle, permettent de développer les compétences et de mobiliser les savoirs associés. Ceux-ci ne doivent pas être enseignés de façon linéaire (la présentation des savoirs associés ne correspond pas à une progression).

Savoirs associés	Indications
Management de l'entité commerciale	

<p>Pilotage stratégique de l'entité</p>	<p>Principes de constitution/reprise d'une entreprise  Réalisation d'une étude de marché  Établissement des prévisions financières  Réalisation d'un plan de financement  Recherche des ressources financières  Choix du statut juridique et fiscal  Tous ces savoirs associés pourront être abordés dans le cadre d'un cours/TD sur la création d'une entreprise (constitution du dossier projet-crédation)  Évaluation des performances (tableau de bord)  Choix d'indicateurs précis de rentabilité de l'activité  Choix d'actions de remédiation ou d'amélioration  Présentation des différents types d'investissements  Présentation des ressources internes et externes de financement  Analyse de l'équilibre financier  Étude des amortissements et provisions (on étudiera notamment les provisions pour dépréciation des stocks)  Analyse de la capacité d'autofinancement  Identification du coût d'un emprunt (tableau d'amortissement)  Étude de la rentabilité d'un investissement  Analyse des indicateurs de rentabilité de l'investissement (calcul de la valeur actuelle nette, du taux interne de rentabilité et du délai de récupération du capital investi)  Étude des différents types de risques au sein de l'entité commerciale</p>
<p>Pilotage opérationnel de l'entité</p>	<p>Étude du cycle d'exploitation :  Présentation des principales composantes du cycle d'exploitation  Analyse du besoin en fonds de roulement (impact sur la trésorerie)  Étude des opérations de règlements :  Identification des éléments constitutifs d'une facture de doit et des avoirs  Présentation des modes de règlement fournisseurs et clients et des délais de paiement  Étude des stocks et des approvisionnements :  Présentation des enjeux de la gestion des stocks  Indicateurs de gestion des stocks (stock de sécurité, stock d'alerte, taux de rotation)  Obligation d'inventaire et coût de la démarque (insister sur les impacts de la démarque élevée dans le secteur cosmétique)  Méthodes de valorisation des stocks  Identification du coût induit par la passation des commandes et par la possession des stocks  Étude des composantes de la trésorerie :  Impact des délais de paiement sur le cycle d'exploitation, sur le BFR, sur la situation de trésorerie  Identification des variables d'ajustement  Étude du compte de résultat : analyse de l'exploitation et des soldes intermédiaires de gestion  Étude des coûts et des marges de l'entité commerciale :  Calcul des différents coûts  Distinction entre charges fixes et charges variables  Calcul de marges, coefficients multiplicateurs, taux de marque  Évaluation d'un résultat et d'un seuil de rentabilité  Étude de la fixation des prix :  Présentation des facteurs d'influence des prix et des méthodes de fixation des prix  Étude du bilan :  Présentation d'un bilan fonctionnel condensé à partir d'un bilan comptable fourni  Analyse du fonds de roulement net global et de l'équilibre financier  Identification des principaux ratios issus du bilan  Étude de la prévision des ventes :  Présentation des méthodes de prévision des ventes (méthodes des points extrêmes, des moindres carrés, de Mayer)  Impact des variations saisonnières (coefficients saisonniers)  Étude des budgets :  Présentation des principes de la démarche budgétaire  Présentation des principaux budgets (le budget de la TVA sera uniquement présenté)  Étude de la zone de chalandise de l'entité commerciale  Évaluation du chiffre d'affaires potentiel du point de vente</p>

	<p>Animation commerciale :</p> <p>Présentation des enjeux</p> <p>Actions d'animation commerciale des entités commerciales physiques et virtuelles</p> <p>Présentation de la réglementation</p> <p>Évaluation des performances</p> <p>Actions promotionnelles :</p> <p>Identification des techniques promotionnelles</p> <p>Présentation de la réglementation</p> <p>Sélection des produits à promouvoir</p> <p>Évaluation des performances</p>
<b>Management des équipes</b>	
Constitution et évolution d'une équipe	<p>Élaboration d'un diagnostic quantitatif et qualitatif des besoins en recrutement</p> <p>Détermination du profil du poste</p> <p>Présentation des différentes phases du recrutement des collaborateurs</p> <p>Élaboration des outils du recrutement</p> <p>Établissement du contrat de travail</p> <p>Présentation des principes d'intégration des nouveaux collaborateurs</p>
Valorisation des compétences de l'équipe	<p>Identification des différents enjeux de la valorisation des compétences des équipes</p> <p>Présentation des principales techniques d'évaluation du potentiel</p> <p>Présentation des différents types de formation</p> <p>Élaboration d'un plan de formation</p> <p>Présentation des fondements psycho-sociologiques de la motivation</p> <p>Présentation des différentes techniques d'accompagnement individualisé</p> <p>Description des principales méthodes de stimulation</p> <p>Élaboration et analyse d'un système de rémunération (différentes composantes)</p>
Organisation et animation de l'équipe	<p>Définition des différentes missions de l'équipe et de chaque membre de l'équipe</p> <p>Présentation des outils d'analyse et de répartition des tâches</p> <p>Présentation des outils de planification et de suivi des tâches (Gantt ou PERT par exemple)</p> <p>Principe d'établissement de plannings</p> <p>Présentation des techniques d'évaluation de l'organisation du travail</p> <p>Identification des enjeux de l'animation d'une équipe</p> <p>Présentation des techniques d'animation visant à renforcer la cohésion de l'équipe</p> <p>Principes de conduite d'une réunion</p> <p>Identification des différents types de conflits</p> <p>Présentation des techniques de gestion des conflits</p>
Techniques du manager	<p>Identification des styles de direction</p> <p>Présentation des différentes décisions et du processus de prise de décision</p> <p>Présentation des missions du manager : organisation, coordination de la structure et veille managériale</p> <p>Information, animation, mobilisation et accompagnement de l'équipe</p> <p>Contrôle et évaluation des performances individuelles et collectives</p> <p>Mise en évidence de la nécessaire conciliation entre le bien-être des salariés au travail et le développement de la performance de la structure</p> <p>Construction et analyse de tableaux de bord, de budgets</p>
<b>Cadre professionnel</b>	
Environnement cosmétique	<p>Référencement de l'offre des produits cosmétiques</p> <p>Enjeux commerciaux (Marketing mix)</p> <p>Analyse des tendances</p> <p>Portefeuille de fournisseurs adapté aux objectifs de l'entreprise</p> <p>Choix de gammes et lignes de produits cohérents</p> <p>Négociation des conditions d'achat et de réassortiment</p> <p>Approvisionnement</p> <p>Procédures de réception, de stockage et de suivi conformes et efficaces</p> <p>Efficacité de la chaîne d'approvisionnement</p> <p>Analyse des paramètres déterminant les conditions de stockage des produits cosmétiques (cycle de vie...)</p>
Aménagement et équipement des locaux	<p>Organisation des espaces professionnels</p> <p>Présentation des caractéristiques des différents locaux : SPA/institut de beauté, centre de beauté itinérant, boutique éphémère, enseigne de parfumerie, espace vente</p>

	<p>Analyse des spécificités des différents espaces en se référant au cadre réglementaire et aux normes françaises et européennes en vigueur (sécurité, PMR : personnes à mobilité réduite)</p> <p>Étude des contraintes en fonction des activités envisagées (hygiène et fonctionnalité)</p> <p>Analyse critique d'un plan et propositions d'amélioration</p> <p>Aménagement et équipement</p> <p>Dernières tendances et actualités en matière de revêtement et d'équipement</p> <p>Différents matériaux avec leurs caractéristiques (confort, classification, esthétique, acoustique, facilité d'entretien...)</p> <p>Équipement (fixe et mobile) et matériel spécifique nécessaire aux différentes activités et aux différents publics (PMR)</p> <p>Étude comparative (encombrement, maniabilité, efficacité, prix...) des différents équipements professionnels</p> <p>Présentation des différents facteurs d'ambiance : confort thermique, qualité de l'air intérieur, confort lumineux, confort acoustique et le confort ergonomique</p> <p>Pour chaque facteur d'ambiance : définition, normes et réglementations en vigueur, impact sanitaire et environnemental, tendances actuelles pour les différents types de locaux</p> <p>Présentation des systèmes de chauffage, d'aération et de ventilation, des différentes sources lumineuses en mettant en évidence leurs caractéristiques et leurs intérêts respectifs</p> <p>Distinction entre correction acoustique et isolation acoustique et limitation des nuisances sonores</p> <p>Ambiance propice au confort et à la relaxation (marketing sensoriel)</p> <p>Conditions à respecter en matière d'ergonomie : caractéristiques anthropométriques, visuelles, accessibilité aux produits, aux matériels, adaptation des techniques gestuelles, principes de sécurité physique et d'économie d'effort à adopter</p> <p>Enjeux environnementaux</p> <p>Historique et institutions du développement durable</p> <p>Identification des enjeux de la préservation de l'environnement</p> <p>Propositions d'actions inscrites dans les piliers de développement durable et applicables sur le lieu de travail et à la maison</p> <p>Interprétation du bilan énergétique</p> <p>Évaluation de la consommation d'eau et d'énergie pour différentes activités professionnelles et calcul du coût de la consommation</p>
Développement professionnel	<p>Identification des situations d'évolution de l'entreprise : agrandissement des locaux, recrutement de personnel, élargissement de l'offre des produits (changement de marque et/ou référencement d'une nouvelle, implantation de gamme) et diversification des prestations</p> <p>Adaptabilité et maîtrise des techniques esthétiques lors des situations d'évolution de l'entreprise</p> <p>Adaptation d'un protocole de soin en cas de changement de marque</p> <p>Maîtrise des techniques et prestations nouvellement implantées et tendances</p>
Communication dans le cadre de la promotion de l'entreprise	
Plan de communication de l'entité commerciale	<p>Identification et analyse des indicateurs de performance</p> <p>Proposition d'un plan de communication : axes, objectifs, cibles, positionnement dans la stratégie de l'entreprise, planning, budgétisation, partenariat...</p> <p>Respect du cadre réglementaire publicitaire, des données personnelles, du droit du consommateur, des normes</p> <p>Connaissance et enjeux des outils digitaux : stratégie de communication digitale, social média (publication, partage, réseaux, discussions), e-commerce et site vitrine</p> <p>Évaluation du retour sur investissement d'une communication intégrant des actions de communication traditionnelle, événementielle et digitale</p>

Stratégie de design global	<p>Analyse de la stratégie et des caractéristiques de la marque, de l'enseigne, de l'entreprise dans son environnement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- groupe cible</li> <li>- cahier des charges, données relatives aux produits, aux gammes, aux techniques</li> <li>- tendances, procédés, rapport qualité/prix, concurrence dans un contexte de création</li> </ul> <p>Analyse des principes du design global : cohérence entre les valeurs ou la stratégie de la marque et l'identité visuelle, le discours, les produits ou services, leur design, leurs usages, le packaging, les supports de communication ou de présentation, les lieux de vente ou les lieux et modes de production.</p> <p>Sensibilisation aux enjeux du digital dans l'approche métier.</p>
----------------------------	--

## Présentation d'une fiche de préparation de séquence pédagogique

<b>Approche didactique</b>			
<b>Activités du référentiel</b>			
3.2 A Pilotage du management opérationnel			
3.4 A Dynamisation d'un point de vente			
<b>Compétences mises en œuvre</b>			
C3.2 A Piloter le management opérationnel			
C3.4 A Dynamiser un point de vente			
<b>Indicateurs d'évaluation en lien avec la compétence</b>			
3.2 A : Performances analysées, axes d'amélioration ciblés sur les résultats			
3.4 A : Mise en valeur d'une offre de produits et services en adéquation avec les besoins de la clientèle et les tendances actuelles			
<b>Savoirs associés</b>			
<i>Expertise scientifique et technologique</i>			
Composition du produit cosmétique			
<i>Management de l'entité commerciale</i>			
Étude de la concurrence, fixation du coût de revient et du prix psychologique, mesure de la performance			
<i>Communication dans le cadre de la promotion de l'entreprise</i>			
Plan de communication de l'entité commerciale			
<i>Cadre professionnel :</i>			
Environnement cosmétique			
<b>Approche pédagogique</b>			
<b>Titre de séquence</b>	<b>Le lancement d'un soin corps dans le SPA C</b>		
<b>Estimation de la durée</b>	18 heures	Place dans la formation	1er semestre
<b>Contexte professionnel</b>	Le responsable du SPA C souhaite améliorer la satisfaction de sa clientèle en proposant un nouveau soin corps.		
<b>Situation professionnelle</b>	<p>En tant qu'assistant manager, vous êtes chargé d'accompagner le responsable du SPA dans différentes tâches en lien avec le développement du chiffre d'affaires des prestations corps :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Choix du nouveau soin corps</li> <li>• Fixation du prix de vente et élaboration d'un outil de suivi des ventes</li> <li>• Conception d'un plan de communication et réalisation de supports de communication</li> <li>• Organisation de la théâtralisation de l'offre</li> </ul>		
<b>Moyens et ressources</b>	<p>Extrait catalogue fournisseurs, documents commerciaux, protocoles de soins corps, produits cabine et accessoires...</p> <p>Caractéristiques de l'entreprise : profil de la clientèle, activités, chiffres d'affaires, carte des prestations, personnel...</p>		
<b>Objectif général de la séquence</b>	<b>Développer un nouveau soin corps afin de dynamiser l'activité au sein du SPA C</b>		
<b>Pré-requis</b>	<p>Management de l'entité commerciale : calcul de coûts, étude de la demande, tableaux de bord, ...</p> <p>Cadre professionnel : environnement cosmétique</p>		

<b>Séance 1 (2h)</b>	Choix du nouveau soin corps Objectif : Choisir le nouveau soin corps à proposer en adéquation avec la clientèle, la carte de soins, les tendances et la transition écologique.
<b>Séances 2, 3, 4 (3x 2h)</b>	Calcul du prix de vente du nouveau soin corps Objectif : Déterminer le prix de vente du soin corps en tenant compte de l'étude du coût de revient, de la demande et de la concurrence.
<b>Séance 5 (2 h)</b>	Lancement du nouveau soin Objectif : Élaborer un plan de communication pour le lancement du nouveau soin en adéquation avec la stratégie de design global
<b>Séance 6 (2 h)</b>	Valorisation du nouveau soin au sein du SPA C Objectif : Mettre en valeur et en scène le nouveau soin corps au sein du SPA C.
<b>Séance 7 (2 h)</b>	Suivi des résultats des ventes du nouveau soin Objectif : Réaliser un outil de suivi des résultats de ce nouveau soin
<b>Séance 8 (4 h)</b>	Évaluation sommative L'évaluation prend appui sur un autre contexte professionnel et portera sur les mêmes compétences et indicateurs d'évaluation. Des questions sur les savoirs associés sont à mobiliser pour analyser, justifier, argumenter les réponses.

**Liens avec les autres blocs de compétences :**

BC1 : Offre et demande du marché

BC2 : Responsabilité sociétale de l'entreprise

Méthodologie de projet et stratégie d'entreprise (Identification et analyse des indicateurs de performance, commerciaux, sociaux, environnementaux ; mesure des résultats et actions correctrices).

Plan de communication.

## Bloc de compétences 3B (BC3B) : Animer, former et négocier dans le cadre de stratégies commerciales d'entreprises de beauté et de bien-être

### Finalité du BC3B

Le bloc BC3B doit permettre à l'étudiant d'acquérir des techniques de négociation, de gestion opérationnelle et commerciale, de formation, d'animation et de communication afin de promouvoir une marque, une entreprise.

### Mise en œuvre de l'enseignement du BC3B

#### Organisation générale

Activités	Compétences	Enseignements / grille horaire	Épreuve
<b>3.1 B</b> Négociation commerciale et développement de l'activité <b>3.2 B</b> Conception, réalisation et évaluation d'actions de formation, d'animation <b>3.3 B</b> Communication dans le cadre de la promotion d'une marque, d'une entreprise <b>3.4 B</b> Animation d'une équipe de conseillers de vente	<b>C3.1 B</b> Négocier et développer l'activité  <b>C3.2 B</b> Concevoir, réaliser et évaluer des actions de formation, d'animation  <b>C3.3 B</b> Communiquer dans le cadre de la promotion d'une marque, d'une entreprise  <b>C3.4 B</b> Animer une équipe de conseillers de vente	Techniques de négociation relation client : 3h TD  Gestion opérationnelle et commerciale : 2h cours + 1h TD  Action de formation et d'animation : 1h30 cours + 3h30 TD + 2h TP  Techniques de communication dans le cadre de la promotion d'une marque, d'une prestation, d'un appareil, d'un produit : 1h cours + 2h TD	E5B ponctuelle écrite de 4h

## Savoirs associés : précisions

Les contextes et les situations, en cohérence avec l'activité professionnelle, permettent de développer les compétences et de mobiliser les savoirs associés. Ceux-ci ne doivent pas être enseignés de façon linéaire (la présentation des savoirs associés ne correspond pas à une progression).

Savoirs associés	Indications
<b>Techniques de négociation relation client</b>	
Ressources au service du commercial	<p>Politique de produit de l'entreprise : caractéristiques du produit et lien avec l'image de la marque, la stratégie de l'entreprise</p> <p>Étapes de l'évolution d'un produit : cycle de vie du produit, politique de gamme, stratégies marketing</p> <p>Système d'information commerciale : caractéristiques, objectifs, rôles, exploitation, protection</p> <p>Collecte des informations, stockage et mise à disposition des données</p> <p>Respect de la réglementation sur la collecte des données, le démarchage et la prospection téléphonique</p> <p>Cadre légal et réglementaire de la relation client : méthodes de vente, contrats, particularité des obligations commerciales entre professionnels</p> <p>Structuration et qualification d'une base de données</p> <p>Logiciels de gestion et de développement de la relation client : CRM (Customer Relationship Management), logiciel de gestion de la relation client, rôle, utilisation, lien avec la stratégie de l'entreprise, prospection</p>
Portefeuille clients	<p>Analyse du portefeuille clients / prospects : méthodes de segmentation portefeuille clients 20/80, ABC, RFM (Récence Fréquence Montant)</p> <p>Mise en œuvre d'une démarche de prospection terrain, téléphonique, digitale, outils d'analyse et de suivi des résultats d'une démarche de prospection</p>
Négociation avec les professionnels	<p>Caractéristiques du client professionnel (B to B, particularités B to D)</p> <p>Différentes situations de vente entre professionnels</p> <p>Phases et particularités de la négociation professionnelle, service après-vente, fidélisation</p> <p>Stratégies possibles de négociation en fonction des besoins du client professionnel, du contexte et de la stratégie de l'entreprise</p>
<b>Gestion opérationnelle et commerciale</b>	
Gestion opérationnelle	<p>Analyse de la valeur et du risque client : indicateurs de la valeur client, calcul de la valeur client (en s'appuyant sur la segmentation du portefeuille clients et sur les calculs de marge étudiés dans la fixation du prix par les coûts)</p> <p>Prise en compte du risque global pour l'entreprise : identification des types de risques clients, évaluation du risque client, modalités de prévention des risques</p> <p>Gestion des impayés, délais de paiement</p> <p>Couvertures des risques, assurance</p> <p>Impact des délais de règlement sur la structure financière (délais et rotation des créances clients)</p> <p>Gestion des stocks</p> <p>Impact du niveau des stocks sur l'équilibre de l'entreprise (stocks et rotation)</p> <p>Besoin en fonds de roulement (BFR)</p> <p>Actions d'amélioration du besoin en fonds de roulement d'exploitation (sensibilisation de l'étudiant au rôle qu'il jouera dans le niveau du besoin en fonds de roulement d'exploitation et des implications sur la rentabilité de l'entreprise)</p> <p>Mesure du risque client et solvabilité (prise en compte de la mesure de la rentabilité et du risque client afin de pouvoir adapter l'effort de vente à la productivité du client, lien avec l'analyse du portefeuille clients)</p> <p>Règlement et financement, modes de règlement : moyens de financement emprunt, location, location avec option d'achat, location longue durée (mise en évidence des concepts de règlement et de financement pour une restitution dans la négociation commerciale)</p> <p>Trésorerie</p> <p>Logiciels de gestion (PGI, Progiciel de gestion intégré, ...)</p>
Gestion commerciale	<p>Coûts, prix, marge : fixation du prix par les coûts (réinvestissement de la notion de coûts lors de l'étude de la rentabilité, notamment la rentabilité des actions commerciales)</p>

	<p>Mise en évidence des contraintes liées à la politique de prix pour argumenter sur le prix dans la négociation</p> <p>Rentabilité d'une action commerciale, indicateurs de mesure performance de l'action commerciale, tableaux de bord</p> <p>Évaluation de la rentabilité : seuil de rentabilité, charges variables et fixes (notamment des actions commerciales)</p> <p>Prévision des ventes : méthodes des points extrêmes, de Mayer, des moindres carrés</p> <p>Variations saisonnières</p> <p>Budgets des ventes</p> <p>Sensibilisation à la fixation des objectifs au regard de la prévision et à l'établissement de budgets (plus particulièrement en lien avec les ventes)</p> <p>Opérations de règlement</p> <p>Reporting</p>
Actions de formation et d'animation	
Conception et conduite des actions de formation et d'animation	<p>Analyse de l'évolution des tendances : appareils, produits, prestations et matériels</p> <p>Prise en compte des données relatives au produit dans son contexte de création (gamme, concurrence, marché...)</p> <p>Exploitation de la documentation relative à chaque nouveau produit, matériel, appareil...</p> <p>Adaptation des protocoles d'utilisation de nouveaux appareils, de nouveaux produits</p> <p>Différents espaces de vente physiques et e-commerce</p> <p>Étude de l'attractivité d'un point de vente</p> <p>Optimisation des organisations et de l'occupation des espaces professionnels</p> <p>Implantations et aménagements fonctionnels et rationnels</p> <p>Besoins en réapprovisionnement</p> <p>Identification des publics et des objectifs</p> <p>Détermination des besoins, des actions, des acteurs, des supports et des outils</p> <p>Analyse des critères de choix de supports didactiques, de matériels et de techniques</p> <p>Respect de la politique commerciale des enseignes et de la marque</p> <p>Explication des principes d'élaboration des outils d'aide à l'animation de la relation commerciale</p> <p>Communication auprès des professionnels</p>
Techniques de formation et d'animation d'une équipe	<p>Repérage des besoins en formation d'une équipe, élaboration d'un plan de formation, définition des modalités de la formation et réalisation du suivi de la formation</p> <p>Conception de supports</p> <p>Présentation des indicateurs du tableau de bord de performance de l'équipe</p> <p>Analyse des performances de l'équipe</p> <p>Identification des outils et des moyens de stimulation en fonction des besoins et du contexte commercial</p> <p>Contraintes légales liées à la stimulation</p> <p>Leviers et outils de l'animation d'une équipe</p> <p>Techniques de challenges</p> <p>Gestion de conflits</p> <p>Types de conflits et techniques de gestion de conflit au sein d'une équipe</p> <p>Actions de remédiation et de valorisation des équipes</p> <p>Évaluation des actions et exploitation des résultats</p>
Développement professionnel	<p>Identification des publics professionnels (conseillers de vente, managers, esthéticiens, formateurs) et des situations professionnelles (formation dans les enseignes de parfumerie, dans les instituts de beauté et SPA, au siège social de la marque....)</p> <p>Développement et conception de techniques esthétiques innovantes</p> <p>Aspects toxicologiques : tests de toxicité, allégation hypoallergénique, effets indésirables du produit</p> <p>Cosmétovigilance : action en cas d'effets indésirables ou mésusages</p> <p>Veille sur les matières premières controversées</p> <p>Règlement européen des critères communs des allégations, Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) et décryptage des allégations de quelques fiches produits</p> <p>Mode d'action des molécules actives courantes et ou innovantes présentées par le laboratoire recherche et développement</p> <p>Réalisation et analyse de tests d'efficacité : instrumentaux, cliniques (scorage), sensoriels (réalisation de questionnaire consommateur)</p>

Techniques de communication dans le cadre de la promotion d'une marque, d'une prestation, d'un appareil, d'un produit	
Plan de communication	<p>Respect du cadre réglementaire publicitaire, des données personnelles, du droit du consommateur, des normes</p> <p>Connaissance et enjeux des outils digitaux : stratégie de communication digitale, social média (publication, partage, réseaux, discussions), e-commerce et site vitrine</p> <p>Communication à destination de clients particuliers : objectifs, moyens et supports, communication digitale, stratégies, réglementation, performance</p> <p>Communication à destination de clients professionnels : objectifs, moyens et supports, communication digitale, stratégies, réglementation, performance</p> <p>Identification et analyse des indicateurs de performance</p>
Stratégie de design global	<p>Analyse de la stratégie et des caractéristiques de la marque, de l'enseigne, de l'entreprise dans son environnement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- groupe cible</li> <li>- cahier des charges, données relatives aux produits, aux gammes, aux techniques</li> <li>- tendances, procédés, rapport qualité/prix, concurrence dans un contexte de création</li> <li>- principes du design global : cohérence entre les valeurs ou la stratégie de la marque et l'identité visuelle, le discours, les produits ou services, leur design, leurs usages, le packaging, les supports de communication ou de présentation, les lieux de vente ou les lieux et modes de production</li> </ul> <p>Sensibilisation aux enjeux du digital dans l'approche métier</p>

### Présentation d'une fiche de préparation de séquence pédagogique

Approche didactique		
Activités du référentiel	Compétences	Indicateurs d'évaluation
<p><b>3.1 B</b> : Négociation commerciale et développement de l'activité</p> <p><b>3.4 B</b> : Animation d'une équipe de conseillers de vente</p>	<p><b>C3.1 B</b> Négocier et développer l'activité</p> <p><b>C3.4 B</b> : Animer une équipe de conseillers vente</p>	<p>Diagnostic de la situation commerciale et financière réalisé</p> <p>Outils de suivi des ventes mis en place</p> <p>Résultats des ventes analysés</p>
<b>Savoirs associés</b>	<p>Techniques de négociation relation client :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ressources au service du commercial</li> <li>• Négociation avec les professionnels</li> </ul> <p>Gestion opérationnelle et commerciale :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion opérationnelle</li> </ul> <p>Action de formation et d'animation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conception et conduite des actions de formation et d'animation</li> <li>• Techniques de challenges</li> </ul>	
Approche pédagogique		
<b>Titre de séquence</b>	<b>Suivi et dynamisation des points de vente de la marque A</b>	
Estimation de la durée : 8 séances	Place dans la formation : début du deuxième semestre	
<p><b>Contexte professionnel</b></p> <p>Assistant du chef de secteur pour une marque de cosmétique A distribuée en parapharmacie, vous êtes chargé du suivi et du développement du chiffre d'affaires de votre marque chez vos distributeurs partenaires.</p> <p><b>Situation professionnelle</b></p> <p>Afin de développer les ventes de votre marque A de produits cosmétiques, et en tant qu'animateur formateur en lien avec un technico-commercial qui vous fournit les données, vous réalisez le suivi de vos partenaires afin de mettre en place une stratégie de dynamisation du chiffre d'affaires.</p> <p>Afin d'atteindre cet objectif, vous devez :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• analyser la situation commerciale et financière des parapharmacies de votre secteur ;</li> <li>• sélectionner les parapharmacies à dynamiser et argumenter les choix ;</li> <li>• présenter une action de développement des ventes pour chaque parapharmacie sélectionnée ;</li> <li>• proposer une stimulation commerciale adaptée à chaque équipe.</li> </ul> <p><b>Moyens et ressources :</b></p>		

- Données sur l'entreprise : historique, taille, organigramme du personnel, etc. ;
- Liste des réseaux des parapharmacies partenaires ;
- Tableaux de reporting des ventes de chaque équipe avec des objectifs commerciaux, des retours clients de chaque parapharmacie pour la marque, l'attractivité et la fréquentation des points de vente ;
- Gamme des produits de la marque A, plan de marchéage de la marque.

**Objectifs de la séquence** : Dynamiser les points de vente dans l'objectif de développer le chiffre d'affaires de la marque A.

**Pré-requis** :

Techniques de négociation relation client : portefeuille client.

Actions de formation et d'animation : conception et conduite des actions de formation et d'animation et techniques de formation et d'animation d'une équipe. Méthodologie de conception et de conduite d'une action.

**Séance n°1 (3 h Gestion opérationnelle et commerciale)** : Étude de la situation commerciale et financière des parapharmacies du secteur en charge pour la marque A

**Objectif** : analyser le profil commercial et financier des parapharmacies partenaires

*Exemples de points à aborder* :

- Caractéristiques commerciales des points de vente (contrat de référencement, type de clientèle, environnement ...).
- Indicateurs de performance et de résultats.
- Historique des ventes.
- Méthodologie d'exploitation des tableaux de bord.

**Séance n°2 (3 h Techniques de négociation)** : Points de vente non performants pour la marque A

**Objectif** : cibler les parapharmacies à dynamiser en argumentant les choix.

*Exemples de points à aborder* :

- Comparaison des résultats des parapharmacies partenaires.
- Identification et hiérarchisation des points de vente à dynamiser.

**Séance n°3 (3 h Actions de formation et d'animation)** : Conception des actions commerciales pour le réseau de parapharmacies de la marque A.

**Objectif** : proposer une stratégie de développement des ventes pour les parapharmacies non performantes.

*Exemples de points à aborder* :

- Public ciblé.
- Détermination des objectifs de vente.
- Stratégies commerciales (promotion, démonstrations...).
- Techniques d'animation sur les points de vente.

**Séance n°4 (3 h Techniques de communication)** : Optimisation du merchandising de la marque A dans les parapharmacies.

**Objectif** : améliorer la mise en valeur de l'assortiment des produits de la marque A dans les linéaires des parapharmacies.

*Points à aborder* :

- Positionnement de la marque A.
- Techniques de merchandising en parapharmacie.

**Séance n°5 (2 h Actions de formation et d'animation)** : Mise en œuvre des actions commerciales de la marque A pour son réseau de partenaires.

**Objectif** : conduire une action de formation adaptée au réseau de partenaires de la marque A.

*Exemples de points à aborder* :

- Moyens humains et matériels.
- Discours commercial s'appuyant sur les caractéristiques techniques des produits, les allégations, les certifications bio et les tests d'efficacité de la marque A.

**Séance n°6 (1h30 Actions de formation et d'animation)** : Stimulation commerciale des équipes du réseau partenaire de la marque A.

**Objectif** : Identifier les techniques de challenges d'équipe et la réglementation.

*Exemples de points à aborder* :

- Différentes techniques de challenges d'équipe.

- Outils d'évaluation de performance.
- Réglementation commerciale.

**Séance n°7** (2 h Actions de formation et d'animation) : Proposition d'une stimulation commerciale propre à chaque équipe des parapharmacies à dynamiser.

**Objectif** : concevoir un challenge d'équipe adapté à chaque partenaire.

*Exemples de points à aborder :*

- Besoins, difficultés et points forts des équipes.
- Objectifs de la marque A sur le point de vente.
- Sélection et conception des outils d'évaluation.

**Séance n°8** (2 h Actions de formation et d'animation) : **Évaluation sommative**

Une situation d'évaluation présentant un contexte différent mais permettant de cibler les mêmes compétences et éventuellement de préparer les étudiants à l'épreuve E5.

Des liens peuvent être faits avec :

- le bloc 1 : Environnement commercial et relation client
- le bloc 2 : Méthodologie de projet et stratégie, enjeux environnementaux, mesure des résultats et actions correctrices
- les actions professionnelles
- les stages

## Bloc de compétences 3C (BC3C) : Cosmétologie

### Finalité du BC3C

L'objectif du bloc BC3C est de développer les compétences nécessaires à la production de produits cosmétiques, depuis la recherche et développement jusqu'à la commercialisation. Les compétences du bloc BC3C permettent à l'étudiant de comprendre les attentes des différents acteurs de l'industrie cosmétique, et de répondre à leurs exigences dans les domaines des affaires réglementaires, de la formulation, de la production, de la qualité, de l'évaluation de la sécurité et de l'efficacité ainsi que de l'analyse sensorielle.

### Mise en œuvre de l'enseignement du BC3C

#### Organisation générale

Activités	Compétences	Enseignements / Horaires	Épreuve
<b>3.1.C</b> Élaboration et optimisation de la production du produit cosmétique	<b>C3.1 C</b> Élaborer le produit cosmétique et optimiser sa production	Fondements physico-chimiques de la cosmétologie 2h Cours + 2h TD	Épreuve ponctuelle écrite et pratique de 4h
<b>3.2.C</b> Réalisation de contrôles du produit cosmétique et de la cosmétovigilance	<b>C3.2 C</b> Réaliser des contrôles du produit cosmétique	Affaires réglementaires 1h Cours + 1h TD	
<b>3.3.C</b> Réalisation d'études cliniques, d'études consommateurs et d'évaluations sensorielles	<b>C3.3 C</b> Réaliser des études cliniques, des études consommateurs et des évaluations sensorielles	Conception-élaboration-production 1h30 Cours + 2h30 TD + 2h TP  Sécurité et efficacité des produits cosmétiques 1H30 Cours + 2h30 TD + 2h TP	

### Intention pédagogique :

Au regard des compétences développées, il s'agit d'établir une programmation dans le cadre du plan de formation dans laquelle les TP seront intégrés. Dans cette optique, les enseignements en lien avec ce bloc peuvent se partager pour couvrir les différents savoirs associés. Les séances expérimentales

pourront par exemple être programmées en alternance toutes les deux semaines, de manière à réaliser des séances de 4h.

Il est important de proposer des séquences qui ne cloisonnent pas les savoirs associés mais qui s'inscrivent dans des situations professionnelles qui intègrent différentes disciplines (physico-chimie et biométrie intégrées à la formulation, analyse sensorielle dans une optique de choix d'ingrédient pour une formulation, ...).

### Savoirs associés : précisions

Les contextes et les situations, en cohérence avec l'activité professionnelle, permettent de développer les compétences et de mobiliser les savoirs associés. Ceux-ci ne doivent pas être enseignés de façon linéaire (la présentation des savoirs associés ne correspond pas à une progression).

Les enseignants intervenants dans ce bloc doivent s'entendre sur le vocabulaire scientifique utilisé (notamment sur les grandeurs, la métrologie ...).

Savoirs associés	Indications complémentaires
Fondements physico-chimiques de la cosmétologie	
Structure et réactivité des entités chimiques	<p>Géométries 3D : applications de la méthode VSEPR jusqu'aux édifices tétraédriques</p> <p>Lecture et utilisation de représentations 2D et 3D (Cram, Fisher, Haworth) à partir d'exemples issus d'ingrédients</p> <p>Illustrations du concept de stéréoisomérisation : liens avec les propriétés physiques et chimiques comme l'odeur de certaines espèces chimiques.</p> <p>A partir d'applications (miscibilité de deux liquides, structure secondaire des peptides et protéines, structure de l'ADN, ...), identifier la nature des interactions entre entités chimiques, en lien avec les notions du tronc commun.</p> <p>A partir d'exemples de transformations observables en cosmétologie : détailler les principes de l'oxydoréduction.</p> <p>Précipités et complexes, influence du pH sur la solubilité de tensioactifs ioniques. Effet chélate, agents de chélation dans les produits cosmétiques.</p> <p>Mécanismes de modifications de fonctions : illustrations de processus biochimiques comme le rancissement.</p>
Physique et chimie de la formulation	<p><i>S'appuyer sur les notions abordées dans le bloc « expertise scientifique » pour que ces développements en constituent une prolongation.</i></p> <p>Solubilité, influence du solvant, température, pression, pH, modèles de solubilités</p> <p>Mélanges : Exploitation de diagrammes binaires ou ternaire dans des applications en cosmétologie (équilibres liquide-vapeur, distillation, entraînement à la vapeur, microémulsions)</p> <p>Lien structure/fonction des composants du produit cosmétique : Les propriétés physico-chimiques identifiées dans les familles d'ingrédients serviront d'appui à la partie « ingrédients du produit cosmétique », dans l'enseignement « Conception – élaboration – production »</p> <p>Les impacts environnementaux seront pris en compte : vieillissement, retraitement, recyclage et valorisation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– tensioactifs : familles, action sur la tension interfaciale et la tension superficielle, concentration micellaire critique</li> <li>– oxydants et antioxydants, espèces réactives de l'oxygène</li> <li>– colorants, pigments : repérer sur la structure d'une entité chimique le chromophore. A partir de spectres ou d'une courbe de réflectance, repérer un effet (hyperchrome, hypochrome, bathochrome, hypsochrome)</li> <li>– polymères naturels et synthétiques, exemples des gélifiants et agents dispersants</li> </ul>
Physique et chimie de l'analyse et du contrôle	<p>Mesures et incertitudes : les notions seront abordées à partir de résultats expérimentaux authentiques, afin d'en comprendre l'intérêt et d'acquérir un regard critique sur les valeurs mesurées ou exploitées à partir de documents professionnels</p> <p>Propriétés physico-chimiques : on partira d'exemples pour apporter les fondements physiques et nécessaires à la compréhension de la partie « Conception – élaboration – production du produit cosmétique »</p>

	<p>Analyses de la composition d'un échantillon de matière : les principes et techniques étudiés visent une autonomie lors des choix à mettre en œuvre dans des situations professionnelles, en lien avec la partie « Conception – élaboration – production »</p> <p>Dosages par titrage : réaction support, équivalence, indicateur de fin de réaction. Applications à la mesure d'indices (d'iode, de saponification, d'ester, de peroxyde)</p> <p>Dosages par étalonnage : masse volumique, absorbance, indice de réfraction, conductivité, lien avec la chromatographie (étalon externe)</p> <p>Analyses spectroscopiques (évoquer les niveaux d'énergie, s'appuyer sur des exemples d'applications en UV-visible)</p> <p>Analyses chromatographiques (CPG, HPLC, CCM) et techniques couplées (exemples simples d'applications) : principes généraux (phases stationnaire, mobile, analyse des interactions) interprétations qualitative ou quantitative de résultats (avec des formules données).</p>
Affaires réglementaires	
Réglementation européenne et nationale en vigueur	<p><i>S'appuyer sur les notions abordées dans le bloc « expertise scientifique » pour prolonger ce qui a été présenté.</i></p> <p>Instances européennes et nationales : ECHA, Commission Européenne, CSSC, Cosmetics Europe, ANSM</p> <p>Règlement cosmétiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Règlement européen cosmétique et spécificités françaises telles que la déclaration des nanomatériaux et la déclaration d'ouverture des établissements</li> <li>– Règlements REACH et CLP (présentation de FDS), directive CMR.</li> </ul> <p>Cosmétovigilance :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Étapes de la mise en œuvre</li> <li>– Mesures préventives et correctives</li> </ul> <p>Cas particuliers :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Cosmétiques « bio » et « naturels » : mise en œuvre du référentiel COSMOS, mise en œuvre de la norme ISO 16 128, informations de l'ARPP, cosmétiques éco-responsables</li> <li>– Parfums et molécules aromatiques : réglementation IFRA, ingrédients allergènes</li> </ul> <p><i>Les logiciels de constitution de DIP, de formulation, de gestion de stock, ... peuvent être présentés. Il existe des logiciels gratuits qui peuvent également être utilisés dans cette optique.</i></p>
Réglementation internationale	Comparaison à une réglementation internationale en vue de l'export : en fonction des réglementations les produits ne sont pas définis de la même façon.
Assurance qualité	<p>Traçabilité et documentation : procédure, mode opératoire, enregistrement, vocabulaire de la norme NF-EN ISO 9001 : système de management de la qualité</p> <p>Notions :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– de qualité en R&amp;D : procédures d'organisation, d'hygiène, de suivi de la conformité des appareillages</li> <li>– de qualité en production : norme BPF-Bonnes Pratiques de Fabrication : norme NF-EN ISO 22716</li> </ul>
Conception - Élaboration – Production	
Ingrédients du produit cosmétique	<p><i>S'appuyer sur les notions abordées dans le bloc « expertise scientifique », notamment les fondements physico-chimiques, pour que ces développements en constituent une prolongation.</i></p> <p><i>Cette partie peut s'appuyer sur des cas concrets étudiés en TD ou en TP. Les objectifs d'apprentissage consistent à s'approprier les différentes classes d'ingrédients et de connaître leurs rôles dans le produit fini.</i></p> <p>Pour les catégories d'ingrédients hydrophiles, lipophiles et pulvérulents (à partir de quelques exemples majeurs) :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Structure biochimique, origine, principales matières premières par catégorie, propriétés physico-chimiques, propriétés cosmétologiques et sensorielles, mise en formulation, utilisations</li> </ul>

	<p>Tensioactifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Principaux tensioactifs utilisés et rôles, identification des classes à partir des structures, propriétés physico-chimiques, propriétés cosmétologiques, notion de HLB et de HLB requis.</li> </ul> <p>Conservateurs antimicrobiens :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Principaux conservateurs utilisés : naturels et synthétiques, spectre d'activité, réglementation, incompatibilités éventuelles et restriction.</li> </ul> <p>Antioxydants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Principaux antioxydants utilisés et rôles (en lien avec l'enseignement de physique-chimie)</li> </ul> <p>Filtres et écrans solaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Aspects réglementaires</li> <li>– Spectre d'activité</li> <li>– Critères de choix suivant un cahier des charges</li> </ul>
Production des produits cosmétiques	<p>Formulation : choix des matières premières</p> <p>Choix des outils de dispersion</p> <p>Notions de transposition industrielle : focus sur les paramètres à surveiller dans le changement d'échelle. Différentes formes cosmétiques seront formulées et fabriquées en TP (techniques en laboratoire et en pilote)</p>
Analyses et contrôles	<p>Étude de stabilité des produits cosmétiques, en s'appuyant sur une approche expérimentale</p> <p>Interactions contenu/contenant : absorption, adsorption, relargage, produits néoformés et modifications de surface</p> <p>Contrôles des matières premières et des produits finis :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Contrôles organoleptiques</li> <li>– Techniques d'analyses physico-chimiques : détermination de pH, viscosité, densité</li> <li>– Observation microscopique</li> <li>– Contrôles microbiologiques : les techniques représentatives des contrôles microbiologiques de routine, de l'environnement, des entrants, des produits finis en lien avec les normes ISO en vigueur seront réalisés dans le cadre de contexte professionnels.</li> </ul> <p>L'identification bactérienne n'est pas à aborder. La recherche de micro-organismes spécifiés et non spécifiés fait en revanche partie des contrôles réalisés en industrie cosmétique.</p> <p>Métrologie des appareils de mesure : Notions de fidélité, justesse</p>
<b>Sécurité et efficacité des produits cosmétiques</b>	
Sécurité microbiologique	<p>Conservation : DDM, PAO, test d'évaluation de la protection antimicrobienne globale (challenge test, selon la norme ISO 11930), pouvoir inhibiteur intrinsèque, produit à faible risque microbiologique</p>
Études précliniques et cliniques	<p>Éthique et Bonnes Pratiques Cliniques (BPC)</p> <p>Catégories de recherches impliquant la personne humaine en France (recherche interventionnelle, interventionnelle à risques et contraintes minimales et non interventionnelle, articles et décrets relatifs à la loi Jardé)</p> <p>Modèles d'études : <i>in vitro</i>, <i>ex vivo</i>, <i>in silico</i>, <i>in vivo</i></p> <p>Méthodologies : Simple aveugle, double aveugle, en ouvert, étude randomisée, étude comparative, monocentrique, multicentrique.</p> <p>Acteurs : promoteurs, investigateurs, volontaires</p>
Efficacité d'un produit cosmétique	<p>Organisation générale pour les analyses sensorielles, en se référant aux normes existantes.</p> <p>Méthodes d'analyse sensorielle d'ingrédient ou produit fini, dont certaines seront mises en œuvre en TP :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Hédonique</li> <li>– Analytique</li> <li>– Cartographie des préférences (mapping)</li> </ul> <p>Seront notamment abordés :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Les critères de choix des descripteurs</li> <li>– La gestuelle associée aux descripteurs</li> <li>– La validation de claim sensoriel au regard du cahier des charges</li> <li>– L'utilisation d'outils statistiques (Minitab, xIstat, Fizz ...), éventuellement en partenariat avec une entreprise</li> <li>– Les différents sens sollicités (en lien avec l'enseignement de biologie)</li> </ul>

	<p>Aspects réglementaires des allégations d'efficacité : RE655/2009, ARPP, Cosmetics Europe</p> <p>Panel et protocoles d'étude pour l'étayage d'allégation d'efficacité</p> <p>Techniques de biométrie cutanée utilisant les appareils suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cornéomètre</li> <li>- Sébumètre</li> <li>- Tewamètre</li> <li>- Mexamètre</li> <li>- Cutomètre</li> <li>- pHmètre cutané</li> <li>- Caméra-microscope</li> </ul> <p>Scorages cliniques</p> <p>Les résultats des tests de biométrie cutanée doivent être soumis à une analyse critique et déboucher sur une proposition d'allégations.</p>
	<p>Pharmacocinétique : notions d'absorption, distribution, métabolisme, excrétion (ADME)</p> <p>Pharmacodynamie appliquée aux actifs cosmétiques tels que les amincissants</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interaction ligand-récepteur</li> <li>- Notion de courbe dose/réponse</li> </ul>
Sécurité toxicologique	<p>Toxicité du produit cosmétique : signes cutanés caractéristiques, nature du dysfonctionnement, facteurs de survenue</p> <p>Tests de toxicité du produit cosmétique : toxicité locale (tests d'irritations cutanée primaire et oculaire), sensibilisation, toxicité photoinduite</p> <p>Évaluation de la sécurité et calcul de la marge de sécurité :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Textes réglementaires : annexe I du RE1223/2009 et lignes directrices associées, notes de guidance du CSSC (Comité scientifique européen pour la sécurité des consommateurs) pour l'expérimentation des ingrédients cosmétiques et l'évaluation de leur sécurité</li> <li>- Notions de danger et de risque : identification des dangers, évaluation de l'exposition, caractérisation des risques.</li> <li>- Calcul de la marge de sécurité (MoS) et conclusion sur la sécurité du produit</li> </ul>

### Présentation d'une fiche de préparation de séquence pédagogique

<b>TITRE DE SÉQUENCE</b>	<b>Formulation d'un rouge à lèvres</b>	
<b>DURÉE DE LA SÉQUENCE</b> 15 heures sur 5 séances	En début de deuxième année	
<p>Séance 1 : Veille et élaboration du cahier des charges (3 heures)</p> <p>Séance 2 : Choix des composants du rouge à lèvres (3 heures)</p> <p>Séance 3 : Formulation du rouge à lèvres (3 heures)</p> <p>Séance 4 : Évaluation sensorielle (3 heures)</p> <p>Séance 5 : Scale up (3 heures)</p> <p>Rédaction d'un rapport d'activité en fin de séquence</p>		
<p><b>CONTEXTE PROFESSIONNEL</b> : Laboratoire de recherche et développement dans une entreprise de création de produits cosmétiques de maquillage.</p> <p><b>SITUATION PROFESSIONNELLE</b> : Technicien en recherche et développement dans cette entreprise vous travaillez sur la conception d'un nouveau rouge à lèvres.</p> <p><b>MOYENS ET RESSOURCES</b> : Fiches techniques et fiches sécurité des ingrédients, règlement 1223 2009, exemple de cahier des charges, équipement traditionnel d'une salle de TP de cosmétologie, moule à rouge à lèvres, mécanismes pour rouge à lèvres, pilote, cabine d'évaluation sensorielle (facultatif). Postes informatiques et accès internet.</p>		
<b>Approche didactique</b>		
<b>ACTIVITÉS</b>	<b>COMPÉTENCES</b>	<b>INDICATEURS D'ÉVALUATION</b>
3 -1 C Élaboration et optimisation de la production du produit cosmétique Réalisation d'une veille scientifique, technologique,	3.1 C Élaborer le produit cosmétique et optimiser la production	Utilisation conforme des appareils Conformité de la formulation ou de la fabrication du produit cosmétique dans le respect de la transition écologique

sociétale, environnementale, concurrentielle Accompagnement du changement d'échelle Développement et optimisation de formulation en cosmétique et en parfumerie		Pertinence du protocole ou de son adaptation Recherche documentaire et sources pertinentes Respect de la réglementation et documents de référence
<b>OBJECTIF GÉNÉRAL</b> : Formuler un rouge à lèvres conforme au cahier des charges		
<b>PREREQUIS</b> : Expertise scientifique et technologique : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Législation et réglementation du produit cosmétique</li> <li>- Formulation et fabrication du produit cosmétique</li> <li>- Évaluation sensorielle des produits finis</li> <li>- Caractéristiques physico-chimiques de la matière : changements d'état, température (point de goutte)</li> <li>- Molécules d'intérêt biologique : lipides</li> <li>- Matière et mélange à l'échelle macroscopique : effets des interactions moléculaires, mélanges homogène et hétérogène, compositions</li> </ul>		
<b>SAVOIRS ASSOCIÉS</b>		
Fondements physico-chimiques de la cosmétologie <ul style="list-style-type: none"> <li>- Structure et réactivités des entités chimiques</li> <li>- Physique et chimie de la formulation</li> </ul> - Physique et chimie de l'analyse et du contrôle Affaires réglementaires <ul style="list-style-type: none"> <li>- Réglementation européenne et nationale en vigueur</li> </ul> Conception – Élaboration - Production <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingrédients du produit cosmétique</li> </ul> - Production éco-responsable de produits cosmétiques - Analyses et contrôles Sécurité et efficacité des produits cosmétiques		Interactions intermoléculaires : caractère hydrophile, lipophile, balance hydrophile, lipophile (HLB) pour les pigments. Solubilité : stabilisation et déstabilisation des dispersions colloïdales Mélanges : lecture d'un diagramme ternaire Liens structure/fonction des composants du produit cosmétique : colorants, pigments, oxydants et antioxydants (additifs antiradicalaires)  Propriétés physico-chimiques : colorimétrie, techniques de mesures colorimétriques ; réflexion : diffusion, diffraction, réfraction, interférences ; granulométrie ; texture  Règlements cosmétiques Possibilités d'évoquer les cosmétiques « bio » et « naturels »  Excipient (constitution du corps blanc : huiles, beurres, cires Additif (pigments, laques, nacrant, filtres, anti-radicalaires,) Actif (hydratants, nourrissant, protecteurs)  Formulation : choix des matières premières et outils de dispersion Techniques de fabrication de formes cosmétiques au laboratoire et en pilote  Contrôles des matières premières et des produits finis Analyse sensorielle : organisation générale de la mise en place d'analyses sensorielles ; méthodes d'analyses sensorielles hédoniques, tests sensoriels sur produits finis
<b>MISE EN ŒUVRE PÉDAGOGIQUE</b>		
<i>Travail par binôme avec échanges entre binômes sur les 3 premières séances</i> <i>Travail en groupe sur les 2 dernières séances</i> <b>Séance 1</b> : Veille sociétale et scientifique : recherche documentaire en ligne. Analyse du cahier des charges donné en exemple pour établir un cahier des charges classique (brief marketing) puis un cahier des charges fonctionnel.		

**Séance 2** : Nature et chimie des corps gras (acides gras, alcools gras, esters gras, huiles beurres et cires), chimie et mode d'action des pigments, laques et nacres intérêt en maquillage, mesure instrumentale de la couleur : colorimètres, spectrophotomètres, brillancemètres, choix des constituants du corps blanc (corps gras) et des matières responsables de la couleur (pigments et laques), des effets d'irisation (nacrant) et des additifs (filtres anti-radicalaires...).

Les binômes devront s'accorder sur le choix des 3 constituants principaux du corps blanc (on conseille une cire, un ester gras et une huile).

**Séance 3** : Formulation d'un rouge à lèvres

Les diagrammes de phase en formulation.

Les 3 constituants principaux du corps blanc ayant été choisis, on peut faire varier leurs proportions selon les binômes. Intérêt d'utiliser un diagramme ternaire (diagrammes de Gibbs) pour le choix des proportions.

Écriture du protocole et fabrication du rouge à lèvres.

**Séance 4** : Les descripteurs sensoriels spécifiques des huiles, beurres et cires.

Les caractéristiques sensorielles des systèmes anhydres.

Classement des rouges à lèvres par une évaluation sensorielle hédonique.

**Séance 5** : Scale up.

Montée en échelle pour le rouge à lèvres retenu, fabrication d'une quantité plus importante avec le pilote.

Identification des points critiques lors du changement d'échelle.

## Bloc de compétences expertise scientifique et technologique : Mobiliser des concepts scientifiques et technologiques

### Finalité du BC expertise scientifique et technologique

Ce bloc permet à l'étudiant d'acquérir et de mobiliser les connaissances scientifiques ou technologiques en lien avec la cosmétologie et l'usage des appareils professionnels. L'objectif est de développer ses capacités de compréhension, d'analyses et d'argumentation nécessaires à l'activité et à la communication professionnelle.

Il constitue un socle commun, indispensable à la construction des compétences des blocs professionnels 1, 2 et 3. Cela nécessite de mettre en lien les concepts présentés ci-dessous, avec les situations et activités professionnelles des étudiants des 3 options.

L'objectif est :

- d'acquérir des concepts essentiels pour travailler en sécurité, pour le professionnel et le client,
- de porter un discours approprié, utilisant les concepts scientifiques à bon escient et avec un regard critique,
- de pouvoir s'adapter aux évolutions techniques et scientifiques du métier, dans le cadre d'une formation tout au long de la vie.

### Mise en œuvre de l'enseignement

L'enseignement scientifique et technologique en STS Métiers de l'Esthétique, de la Cosmétique et de la Parfumerie s'inscrit dans la continuité de la formation scientifique du second degré.

Il vise à donner à l'étudiant l'autonomie nécessaire pour réaliser les tâches professionnelles qui lui seront proposées dans l'exercice de son futur métier et pour agir en citoyen responsable, conscient des problématiques liées au développement durable et à la transition écologique et énergétique.

La diversité des parcours et des acquis en sciences nécessitent une adaptation de l'enseignement qui doit prendre appui sur la complémentarité des compétences des étudiants.

Les professeurs doivent organiser et coordonner leurs enseignements en respectant deux grands principes directeurs :

- la mise en activité des élèves : l'acquisition des connaissances et des capacités sera d'autant plus efficace que les étudiants auront effectivement mis en œuvre ces capacités,
- la mise en contexte des connaissances et des capacités. Pour dispenser son enseignement, le professeur s'appuiera sur la pratique professionnelle et des exemples issus d'applications métiers que le futur technicien rencontrera dans des situations professionnelles,

Les professeurs peuvent être amenés à présenter des notions en relation avec des projets d'étudiants ou avec leurs stages, en lien avec le contexte professionnel. Ces situations sont l'occasion pour les étudiants de mobiliser les capacités visées par la formation dans un contexte nouveau et d'en conforter la maîtrise.

### Organisation générale

Les compétences du BC « Expertise scientifique et technologique » sont évaluées dans l'épreuve E2 (coefficient 4). Il s'agit d'une épreuve ponctuelle écrite de 3 heures.

En première année, l'horaire hebdomadaire est de 7h :

- Cours en division entière : 4h
- TD : 1h30
- TP en salle spécialisée : 1h30

En seconde année, l'horaire hebdomadaire est de 1 h :

- Cours en division entière : 1h

Les TP de cosmétologie et de physique-chimie appliquées de première année peuvent être réalisés par séance de 3h toutes les deux semaines.

### Savoirs associés : précisions

Les savoirs associés ne doivent pas être enseignés de façon linéaire (les tableaux de savoir associés ne sont pas des progressions) mais ce sont les contextes et les situations qui définissent les savoirs à mobiliser, donc à maîtriser pour l'analyse du contexte et de la situation professionnelle.

Savoirs associés	Indications
Biologie cutanée Cet enseignement est fait en lien avec les pratiques d'esthétique et la cosmétologie.	
Film cutané de surface	Composition et rôles des constituants du film hydrolipidique En lien avec les techniques d'esthétique, présentation des flores résidentes et transitoires  En lien avec les principaux risques de contamination, présentation d'infections courantes d'origine bactérienne, virale et mycosique (impétigo, herpès, candidose)
Tissus cutanés : Épiderme, Derme	En lien avec la fonction barrière de la peau, principales caractéristiques des tissus épithéliaux et de l'épiderme ; Structure et ultrastructure des cellules épidermiques ; Jonctions d'ancrage  En lien avec les produits ou actifs émollients, kératolytiques et hydratants, présentation de la kératogenèse ; facteurs exogènes et endogènes modifiant la cinétique épidermique ; troubles de la kératinisation à partir d'exemples de pathologies fréquentes.  Rôle des cellules immunitaires, réaction inflammatoire  En lien avec les produits ou actifs pigmentants et dépigmentants, mécanismes cellulaires et biochimiques de la mélanogenèse et troubles de la pigmentation.  En lien avec la fonction sensorielle de la peau et les gestes techniques d'esthétique et cosmétique : - épithélioïdocytes du tact - rôles des corpuscules du tact et des fibres nerveuses à terminaison libre

	<p>- mécanisme de la perception cutanée (de la réception à la perception des messages sensoriels), exemple du frisson.</p> <p>En lien avec les fonctions de nutrition du derme et l'usage des produits ou actifs hydratants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- jonction dermo-épidermique</li> <li>- principales caractéristiques des tissus conjonctifs et du derme</li> <li>- vascularisation sanguine et lymphatique (il est préférable de traiter le système circulatoire préalablement) :</li> <li>- étude de la micro-circulation cutanée et incidence sur la thermorégulation</li> <li>- troubles de la vascularisation (érythèmes, couperose, rosacée et angiomes)</li> </ul> <p>En lien avec la fonction de soutien du derme et l'usage des produits ou actifs de prévention des vergetures :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rôle du fibroblaste et de la matrice extracellulaire (MEC)</li> <li>- propriétés biomécaniques de la peau</li> <li>- distension du derme : les vergetures</li> </ul>
<b>Annexes cutanées</b>	
Glande sébacée	En lien avec les produits ou actifs à destination des peaux jeunes, des peaux grasses et à tendance acnéique, mécanisme de la sécrétion de sébum et ses facteurs de variations
Glandes sudoripares	En lien avec les fonctions de thermorégulation, de relation et en appui des produits ou actifs déodorants, anti-perspirants, présenter les deux types de glandes sudoripares et les facteurs de variation du débit sudoral.
Follicule pilo-sébacé et cheveux	En lien avec les techniques esthétiques et les produits ou actifs des soins capillaires, structure du follicule pileux et facteurs influençant le cycle pileux
Ongle	En lien avec les produits ou actifs pour l'embellissement et les soins de l'ongle, spécificité de la kératine unguéale et exemple de troubles affectant les ongles
<b>Structures sous-cutanées</b>	
Panicule sous-cutané	En lien avec les techniques esthétiques, produits ou actifs amincissants, structure et rôles de l'hypoderme (dont lipolyse, lipogenèse) et de l'adipocyte, trouble de la structure du panicule adipeux (cellulite)
Modifications de la structure de la glande mammaire au cours de la vie	Description anatomique et histologique de la glande mammaire. Troubles affectant le sein (eczéma de contact, des dermatoses de friction, ...)
<b>Modifications cutanées</b>	
Variation des caractéristiques cutanées	En lien avec les produits cosmétiques, notamment pour peau atopique, description des différents types de peau en abordant leurs causes biologiques : <ul style="list-style-type: none"> <li>- typologies cutanées : peau grasse, peau sèche, peau mixte</li> <li>- états cutanés : peau déshydratée, peau sensible</li> </ul> Spécificités liées <ul style="list-style-type: none"> <li>- à la peau du bébé,</li> <li>- à la peau masculine</li> <li>- aux peaux du monde</li> </ul> La peau atopique et la peau non atopique : nomenclature des hypersensibilités (hypersensibilités allergique et non allergique)
Influence des hormones	Modifications de la peau et de ses annexes en lien avec les périodes de puberté (acné), ménopause-andropause (peau mature)
Vieillesse intrinsèque et influences de l'exposome	<p>L'exposome correspond à l'ensemble des expositions environnementales auxquelles vous êtes soumis tout au long de votre vie, via votre alimentation, l'air que vous respirez, les rayonnements qui vous bombardent, vos comportements, votre environnement sonore, psychoaffectif ou encore socio-économique... Comme votre génome, il influence votre santé, et pas qu'un peu !</p> <p><a href="https://www.inserm.fr/c-est-quoi/ambiance-ta-life-cest-quoi-lexposome/#:~:text=Il%20correspond%20%C3%A0%20l%27ensemble,so%20nore%2C%20psychoaffectif%20ou%20encore%20socio%C3%A9conomique%E2%80%A6">https://www.inserm.fr/c-est-quoi/ambiance-ta-life-cest-quoi-lexposome/#:~:text=Il%20correspond%20%C3%A0%20l%27ensemble,so%20nore%2C%20psychoaffectif%20ou%20encore%20socio%C3%A9conomique%E2%80%A6</a></p>



	En lien avec les produits ou actifs anti-âge, notions de vieillissement intrinsèque et extrinsèque, présentation des altérations fréquentes de la peau sénile.
Effets du soleil sur la peau et l'œil	En lien avec l'utilisation des techniques UV, les produits solaires photoprotecteurs et après-soleil, les autobronzants, présentation du spectre solaire (en appui des notions présentées en physique chimie) et de ses interactions avec la peau (réflexion, réfraction, absorption) ; description des effets du soleil sur la peau : - notion de capital soleil - effets immédiats - effets retardés - effets à long terme : épithéliomas et mélanomes - physiopathologies associées : photodermatoses (lucites) et réactions phototoxiques et photoallergiques Description des effets du soleil sur l'œil à court terme et à long terme
<b>Anatomie de l'appareil locomoteur</b>	
Dénomination et localisation des principaux os du squelette	Situation des principaux os du squelette en utilisant la nomenclature anatomique « moderne », exemples : scapula, fibula, ulna....
Anatomie et physiologie des muscles peuciers et muscles superficiels	Cette partie est abordée en lien avec les techniques esthétiques : sur des schémas fournis, situer les principaux muscles. Traiter la plaque motrice en lien avec les produits de type botox.
<b>Système circulatoire</b>	
Circulations sanguine et lymphatique	En lien avec les techniques, produits ou actifs pour jambes légères, organisation anatomique de la circulation systémique, sens de circulation et présentation succincte des fluides transportés (sang et lymphe), micro-circulation cutanée (cf. Le derme).
<b>Hygiène alimentaire et qualité de la peau : cet enseignement se limite à une introduction des principes de bases et ne doit pas investir le champ de la diététique.</b>	
Besoin et apports recommandés	À partir de la notion « d'équilibre alimentaire », indiquer les repères alimentaires : - sources alimentaires (différencier aliments et nutriments) et recommandations nutritionnelles - notion d'indice nutritionnel (Nutri-score) [Cf : Dossier pédagogique de Santé Publique France : recommandations sur l'alimentation, l'activité physique & la sédentarité pour les adultes – 2019]
Impact sur la qualité de la peau	Rôle des minéraux, vitamines et AGPI essentiels et conséquences de leur carence pour la peau et les phanères Mise en relation avec l'exposome

<b>Cosmétologie</b> <i>Cet enseignement doit être envisagé en complémentarité de celui de physique et chimie appliquées, pour les notions, les documents supports et le vocabulaire.</i>	
<b>Législation – réglementation du produit cosmétique</b>	
Réglementation européenne	De la législation nationale à la réglementation européenne, instances réglementaires, fonctions et signification des acronymes : ANSM, DGCCRF et système Rapex, ARPP, CSSC, ... La définition du produit cosmétique et les principales catégories de produits cosmétiques Les produits frontières Notions de listes positive, restrictive, négative Étapes à suivre avant le lancement d'un cosmétique sur le marché européen (pour la personne responsable) Obligations du distributeur Notion de cosmétovigilance
Documentation de référence des produits biologiques ou naturels	À partir d'exemples français, européens ou internationaux tels que Nature et progrès, COSMOS, NaTrue, notions de chartes ou cahier des charges ou label, organismes certificateurs.
<b>Formulation et fabrication du produit cosmétique</b>	

Composition du produit cosmétique	En lien avec la physique et chimie appliquées, aborder : - excipients : composition et rôles ; - actifs (hydratants, anti-âge, peaux à tendance acnéique, kératolytiques, anti-transpirants, déodorants, amincissants...) - additifs : colorants, conservateurs
Formes cosmétiques	En lien avec des TP de fabrication de produits cosmétiques abordant la diversité des formes cosmétiques, présenter les différentes formes cosmétiques, les règles d'écriture de formulation (nom INCI, % massique, phases,...), leur fabrication.
<b>Contrôles du produit cosmétique</b>	
Vie du produit cosmétique et contrôles qualité	En lien avec des TP mettant en œuvre la réalisation de contrôles courants (pHmétrie, conductimétrie, viscosimétrie, ...), présentation succincte des paramètres pris en compte pour les contrôles organoleptiques, physicochimiques, microbiologiques aux différents stades de la vie du produit cosmétique : - conception (benchmarking et briefmarketing) - développement - production, contrôles sur matières premières, en cours de production et produits conditionnés
<b>Sécurité du produit cosmétique</b>	
Hygiène et protection du produit	Modes de contaminations chimiques et biologiques Prévention et lutte contre les contaminations
Interactions produit-conditionnement-environnement	Emballage primaire et secondaire : rôle et définition et sécurité Formes de conditionnement et matériaux utilisés Interaction contenu-contenant : notions d'interactions entre un packaging primaire et une formulation Éléments de choix du conditionnement
<b>Pénétration cutanée</b>	
Voies de pénétration d'un xénobiotique et facteurs d'influence	Voies de pénétration cutanées Facteurs naturels et galéniques favorisant ou s'opposant à la pénétration
<b>Efficacité du produit cosmétique</b>	
Types d'études	Présentation succincte des études précliniques, des études cliniques, et des études consommateurs À partir d'exemples et en lien avec la législation, comprendre la notion d'allégation (claim). Aborder les preuves de l'efficacité
Tests d'efficacité courants	Par la réalisation et l'analyse de tests d'efficacité instrumentaux courants, expliciter les notions de témoins d'efficacité ou référence, de témoins spécificité ou placebo
<b>Évaluation sensorielle des produits finis</b>	
Notions de descripteurs sensoriels	Introduction des termes et la gestuelle associée
<b>Parfums et arômes</b> Organiser, dans la mesure du possible, des réalisations pratiques pour présenter les notions, et les méthodologies d'analyse olfactive.	
Voies sensorielles olfactives	Voie orthonasale (parfum) et rétronasale (arôme et notion de goût)
Matières premières aromatiques	En lien avec les notions vues en « composition du produit cosmétique », et à partir de l'exploitation de documents professionnels, présenter des matières premières aromatiques avec des applications en parfumerie alcoolique. Autorégulation par l'IFRA (international fragrance association)
Notes olfactives	Parfumerie alcoolique et familles de parfum Composition parfumante et parfumage des produits cosmétiques
Méthodes d'extraction des matières premières aromatiques	Méthodes classiques et innovantes Notion de toxicité des huiles essentielles
Conditionnement et stabilité	A partir de l'exemple d'un parfum, aborder la spécificité du conditionnement et les notions de tests de stabilité

Physique et chimie appliquées	
Matière à l'échelle microscopique	<p>À partir d'exemples simples, réactiver les connaissances sur les notions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- entités chimiques (atomes, ions, molécules) : reconnaître le type d'entités chimiques</li> <li>- structure de l'atome (noyau, cortège électronique dont les électrons de valence)</li> <li>- exploitation du tableau périodique : repérer les analogies et différences de propriétés des éléments</li> </ul> <p>Relier la position d'un élément dans le tableau périodique au nombre d'électrons de valence de l'atome correspondant.</p> <p>Charge des ions monoatomiques usuels en lien avec la position de l'élément dans la classification périodique.</p> <p>Exploitation de l'électroneutralité de la matière pour associer des ions, exemples de composés ioniques.</p>
Stabilité à l'échelle microscopique	<p>Stabilité des gaz nobles : lien avec leur configuration électronique.</p> <p>Représentations de Lewis (entités atomiques, ioniques ou radicalaires, moléculaires) : exemples d'espèces utilisées en cosmétologie</p> <p>Mise en évidence de réactivité en lien avec une lacune électronique, un électron célibataire (espèces réactives de l'oxygène), une liaison fragile (O-O, S-S)</p> <p>Polarité et interactions moléculaires, liaison hydrogène (ex : l'eau) ; interprétations de propriétés physiques et chimiques, de structures spatiales (ex : ADN, structure secondaire des peptides)</p>
Représentations des molécules organiques	<p>À partir d'exemples simples sous forme de représentations planes (formule brute, semi-développée, topologique), identifier des isoméries de constitution.</p> <p>Familles fonctionnelles : illustrations du rôle d'espèces organiques utilisées dans le milieu professionnel</p>
Molécules d'intérêt biologique	<p>À partir d'exemples rencontrés en biochimie, biologie et dans les produits cosmétiques, reconnaître un groupe caractéristique et nommer la famille fonctionnelle associée.</p> <p>Présenter en contexte des exemples d'alcools, phénols, thiols, étheroxydes, peroxydes, thioéthers, amines, ammoniums quaternaires, aldéhydes, cétones, hémiacétals, acides carboxyliques, esters, amides, phosphates ...</p>
Matière et mélange à l'échelle macroscopique	<p>En s'appuyant sur les interactions moléculaires, décrire les systèmes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- corps pur (masse volumique, densité)</li> <li>- mélanges homogène et hétérogène (notion de miscibilité)</li> <li>- solutions (dissolution, solubilité, dilution, concentration d'un soluté)</li> </ul> <p>Exploiter les grandeurs masse volumique, concentration en masse ou en quantité de matière en vue d'applications à la formulation.</p>
Caractéristiques physico-chimiques de la matière	<p>Lecture et exploitation d'un diagramme d'état d'un corps pur</p> <p>pH d'une solution aqueuse (relation avec la concentration en ions oxonium et hydroxyde)</p> <p>Conductivité et application (ex : mesure d'une émulsion)</p> <p>Absorbance, transmittance, loi de Beer-Lambert : lien entre la couleur et le spectre d'absorption, applications dans le domaine de l'esthétique cosmétique (rayonnements UV, filtres solaires ...)</p>
Transformation de la matière	<p>A partir d'exemples de transformations chimiques d'intérêt en cosmétologie :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- modéliser une transformation par une équation chimique</li> <li>- illustrer la notion de catalyse et particulièrement la catalyse enzymatique.</li> <li>- comprendre la notion d'acido-basicité (pKa d'un couple acide-base, espèces amphotères, diagrammes de prédominance, solutions tampon)</li> </ul>
Chimie et pratiques éco-responsables	<p>A travers les situations d'apprentissage mises en œuvre, illustrer les principes de gestion durable de produits (eau, plastiques,...), de gestion des déchets, de péremption et de sécurité chimique (notions de danger et de risque)</p>
Variabilité de la mesure	<p>Aborder les notions de dispersion des mesures, histogramme, moyenne et écart-type à partir du traitement quantitatif de résultat de mesures expérimentales</p>
Ondes	<p>À partir des appareils utilisés dans les pratiques esthétiques et cosmétiques, aborder :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la description et les caractéristiques générales des ondes (période, fréquence, longueur d'onde, nombre d'onde, célérité)</li> <li>- les ondes acoustiques (infra-sons, ultra-sons)</li> <li>- les ondes électromagnétiques (synthèse additive ou soustractive)</li> </ul>
Grandeurs électriques	<p>En lien avec l'utilisation d'appareils électriques, étudier les notions d'intensité, de tension, de puissance électrique</p>

Transferts d'énergie	<p>Dans le cadre de l'utilisation d'appareils à visée esthétique, aborder :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- les notions de température et de pression</li> <li>- les transferts thermiques et d'énergie (ex : isolation thermique, chauffage ...)</li> </ul>
Physique et pratiques éco-responsables	<p>A travers les situations d'apprentissage mises en œuvre, illustrer les principes de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- normes énergétiques : étude de la consommation des appareils et rationalisation des pratiques</li> <li>- sécurité électrique, acoustique, thermique et optique : lien avec l'utilisation des appareils</li> </ul>

# LANGUES VIVANTES

**Tableau 1 : ACTIVITÉ LANGAGIÈRE DE PRODUCTION ORALE EN CONTINU**

Exemples de tâche professionnelle	Niveaux	Exigences associées à la tâche	Exemples de situation professionnelle
Annoncer une décision prise par une ou un responsable.	B1 : peut faire de très brèves annonces préparées même avec une intonation et un accent étrangers. B2 : peut faire des annonces sur la plupart des sujets avec clarté et spontanéité.	Respecter l'information à transmettre. Adapter l'annonce au contexte et à l'auditoire.	Dans le cadre d'un projet, la personne titulaire du diplôme assiste la personne pilote du projet qui a pris une décision quant à la suite à donner au projet. Dans le cadre d'un déplacement, la personne titulaire du diplôme peut s'adresser à un hôtel ou un prestataire pour indiquer des modifications voire des annulations et régler les modalités administratives qui en découlent.
Présenter oralement une information. Rendre compte d'un travail réalisé.	B1 : peut faire une description directe et non compliquée en la présentant comme une succession linéaire de points. B2 : peut faire une description claire, structurée et détaillée.	Utiliser des auxiliaires de présentation divers (diaporamas, vidéos, tutoriels, etc.). Rendre le propos clair par des synthèses partielles, la mise en évidence des parties de l'exposé, le recours à des illustrations ou graphiques. Rendre l'auditoire actif en suscitant des demandes d'élucidation, d'explication complémentaire ou une discussion à des moments précis de l'exposé.	Lors de l'accueil de clients étrangers, la personne titulaire du diplôme présente son entreprise, son activité et l'organisation de sa structure. Elle peut présenter les aspects techniques mais également liés à la sécurité du site, des procédures à respecter. Dans le cadre d'un projet, la personne titulaire du diplôme rend compte à un collaborateur ou une collaboratrice d'une filiale à l'étranger de l'avancement du projet (tâches finalisées, imprévus rencontrés, proposition de solutions). Dans une situation d'urgence, (intrusion, attentats, etc.), la personne titulaire du diplôme peut donner des informations de sécurité compréhensibles pour la clientèle étrangère. La personne titulaire du diplôme adapte les capsules de présentation sur des chaînes de vidéos en ligne pour la clientèle internationale.
Argumenter pour aider à la prise de décision. Expliquer à des partenaires les raisons d'une décision prise par	B1 : peut développer une argumentation suffisante pour se faire comprendre, peut donner brièvement raisons et explications relatives à des opinions, projets et actions, peut faire un exposé simple, direct et préparé et sait expliciter les points importants avec précision.	Faire une présentation organisée : mettre en évidence les avantages et les inconvénients d'une option. Savoir s'exprimer à partir de notes succinctes. Savoir rapporter des données chiffrées (proportions, dates, etc.). Savoir hiérarchiser les informations de manière à établir un plan cohérent.	Au sein d'un groupe de travail, la personne titulaire du diplôme assiste sa ou son responsable hiérarchique et présente un diagnostic de la situation et propose des solutions en mettant en évidence les avantages et les inconvénients de chacune d'elle de manière à aider à la prise de décision. Une fois

une ou un responsable.	B2 : peut développer une argumentation claire avec des arguments secondaires et exemples pertinents, peut enchaîner des arguments avec logique, peut expliquer un point de vue sur un problème en donnant les avantages et les inconvénients d'options diverses.	Savoir souligner les relations logiques dans le discours : changement d'orientation, compléments, illustrations. Connaître les formes linguistiques utiles pour argumenter : expression de l'opinion, de l'accord/désaccord, du contraste, de la cause, de la conséquence, etc.	la décision arrêtée, elle l'explique aux partenaires concernés. La personne titulaire du diplôme peut assister sa ou son responsable hiérarchique pour animer une réunion avec des participants étrangers. Elle peut introduire la réunion (objectifs, ordre du jour) et/ou conclure la réunion (synthèse des échanges, solutions retenues, etc.).
------------------------	--	---	---

**Tableau 2 : ACTIVITÉ LANGAGIÈRE D'INTERACTION ORALE**

Exemples de tâche professionnelle	Niveaux	Exigences associées à la tâche	Exemples de situation professionnelle
Participer à un entretien.	<p>B1 : peut répondre aux questions mais peut avoir besoin de faire répéter. Peut exprimer poliment un accord ou un désaccord, donner brièvement des raisons et explications, fournir des renseignements concrets mais avec une précision limitée.</p> <p>B2 : peut répondre aux questions avec aisance. Peut prendre l'initiative lors d'un entretien en résumant ce qu'il a compris et en approfondissant les réponses intéressantes.</p>	<p>Savoir intervenir sur des sujets appropriés de façon à entretenir une conversation informelle n'entraînant aucune tension.</p> <p>Savoir intervenir de manière adéquate en utilisant les moyens d'expression appropriés.</p> <p>Savoir commencer un discours, prendre la parole au bon moment et terminer la conversation quand on le souhaite même si c'est parfois sans élégance.</p> <p>Savoir varier la formulation de ce que l'on souhaite dire.</p> <p>Savoir expliciter une idée, un point précis, corriger une erreur d'interprétation, apporter un complément d'information.</p> <p>Savoir formuler une demande, donner une information, exposer un problème, intervenir avec diplomatie.</p> <p>Savoir utiliser des expressions toutes faites pour gagner du temps, pour formuler son propos et garder la parole.</p> <p>Savoir donner suite à des déclarations faites par d'autres interlocuteurs et en faisant des remarques à propos de celles-ci pour faciliter le développement de la discussion.</p> <p>Savoir soutenir la conversation sur un terrain connu en confirmant sa compréhension, en invitant les autres à participer, etc.</p> <p>Savoir poser des questions pour vérifier que l'on a compris ce que le locuteur voulait dire et faire clarifier les points équivoques.</p>	<p>Lors d'une réunion de travail avec un partenaire étranger, la personne titulaire du diplôme échange pour organiser le déplacement d'une personne de son équipe.</p> <p>Une collaboratrice ou un collaborateur de l'équipe peut déléguer à la personne titulaire du diplôme la prise en charge d'un prestataire étranger afin de recueillir les informations nécessaires et éventuellement négocier avec ce dernier.</p> <p>La ou le responsable hiérarchique peut confier à la personne titulaire du diplôme l'accueil d'une candidate étrangère ou d'un candidat étranger pour un recrutement.</p>

		Confirmer que l'on a compris et inviter les autres à participer. Savoir s'adapter aux changements de sujet, de style et de tons rencontrés normalement au cours de la formation.	
Communiquer au téléphone ou en face à face.	<p>B1 : peut échanger avec une certaine assurance, un grand nombre d'informations sur des sujets courants, discuter la solution de problèmes particuliers, transmettre une information simple et directe et demander plus de renseignements et des directives détaillées. Peut prendre rendez-vous, gérer une plainte, réserver un voyage ou un hébergement et traiter avec des autorités à l'étranger. Peut exprimer la surprise, la joie, la tristesse, la curiosité et l'indifférence et exprimer ces sentiments mais éprouve encore des difficultés à formuler exactement ce qu'il veut dire.</p> <p>B2 : peut transmettre avec sûreté une information détaillée, décrire de façon claire une démarche et faire la synthèse d'informations et d'arguments et en rendre compte, peut esquisser clairement à grands traits une question ou un problème, faire des spéculations sur les causes et les conséquences et mesurer les avantages et les inconvénients des différentes approches, Peut mener une négociation pour trouver une solution à un problème (plainte, recours) Peut exprimer des émotions et justifier ses opinions.</p>		<p>La personne titulaire du diplôme accueille des partenaires étrangers et les dirige vers leurs interlocutrices et interlocuteurs.</p> <p>Pour gérer l'approvisionnement en fournitures de son service, la personne titulaire du diplôme s'adresse à un fournisseur étranger pour demander le tarif de produits.</p> <p>Lors de la réception d'un appel téléphonique, la personne titulaire du diplôme réalise un filtrage de l'appel en respectant les consignes de sa ou son responsable hiérarchique.</p> <p>Lors de l'accueil d'un groupe étranger dans le cadre par exemple de tourisme industriel, la personne titulaire du diplôme peut échanger avec le groupe sur l'histoire de l'entreprise et son implantation dans un lieu géographique.</p> <p>Lors d'un déplacement à l'étranger de responsables ou de collaboratrices ou collaborateurs, la personne titulaire du diplôme peut intervenir par téléphone auprès des autorités pour traiter une situation liée au transport de matériel auprès de services de douanes, consulat, service de police, etc.</p>

**Tableau 3 : ACTIVITÉ LANGAGIÈRE DE COMPRÉHENSION DE L'ORAL**

Exemples de tâche professionnelle	Niveaux	Exigences associées à la tâche	Exemples de situation professionnelle
Comprendre une information ou une demande d'information en face à face ou au téléphone pour être en mesure de se	<p>B1 : peut comprendre l'information si la langue est standard et clairement articulée. Peut suivre les points principaux d'une discussion conduite dans une langue simple.</p> <p>B2 : peut comprendre en détail les explications données au téléphone ainsi que le ton adopté</p>	<p>Anticiper la teneur du message à partir d'indices situationnels ou de la connaissance préalable que l'on a de l'interlocuteur ou du sujet de la conversation à tenir de façon à orienter son écoute.</p> <p>Déduire des informations des éléments périphériques (bruits de fond, voix, ton, etc.).</p>	<p>La personne titulaire du diplôme accueille ou reçoit un appel d'un partenaire étranger et doit comprendre son besoin.</p> <p>La personne titulaire du diplôme contacte un prestataire ou un fournisseur pour lui faire part d'un oubli ou d'une erreur.</p>

renseigner, s'informer ou réagir en conséquence dans le cas par exemple d'une réclamation.	par l'interlocuteur et son humeur. Peut suivre une conversation qui se déroule à vitesse normale mais doit faire des efforts.		La personne titulaire du diplôme doit pouvoir renseigner une ou un salarié sur la réservation d'un hébergement ou encore d'un moyen de transport. Comprendre des annonces et des messages oraux dans un lieu public ou sur un répondeur pour s'orienter, obtenir des renseignements.
Comprendre des consignes pour effectuer une tâche.	B1 : Peut comprendre en détail des informations techniques simples.  B2 : Peut comprendre en détail des annonces et messages courants à condition que la langue soit standard et le débit normal.	Pour des annonces : - repérer les informations essentielles dans un environnement sonore bruyant (cas d'annonces dans des lieux publics), - repérer les marqueurs indiquant un ordre d'exécution (tout d'abord, ensuite, après avoir fait ceci, enfin, etc.), - repérer les données chiffrées (dates, heures, porte, quai, numéro de train ou de vol), Pour des consignes : - maîtriser les formes verbales utiles (impératifs, infinitifs). Dans cette tâche d'interaction c'est la partie compréhension qui est traitée ici. Pour la partie expression, se reporter à la tâche correspondante dans le tableau : interaction orale.	La personne titulaire du diplôme écoute un message téléphonique laissé par un partenaire étranger et rend compte de l'appel à sa ou son responsable hiérarchique.
Comprendre des documents audio-visuels par exemple en relation avec le domaine professionnel, pour s'informer.	B1 : peut comprendre les points principaux  B2 : peut comprendre le contenu factuel et le point de vue adopté dans des émissions de télévision ou des vidéos relatives à son domaine d'intervention.	Déduire des informations des éléments périphériques (bruits de fond, voix, ton, images...) Repérer les différents locuteurs et leurs relations	La personne titulaire du diplôme visualise une vidéo sur le site d'un hôtel pour préparer le déplacement d'une personne de son équipe. Elle peut également travailler sur des applications d'une région, d'une ville et transmettre les informations (applications de métro ou météo, etc.). Elle peut également s'informer des travaux de clients ou concurrents à partir des présentations sur des chaînes de présentation en ligne et sur les réseaux sociaux.

**Tableau 4 : ACTIVITÉ LANGAGIÈRE DE COMPRÉHENSION DE DOCUMENTS ÉCRITS**

Exemples de tâche professionnelle	Niveaux	Exigences associées à la tâche	Exemples de situation professionnelle
Lire de courts écrits quotidiens, des documents d'entreprise, des	B1 : peut comprendre l'essentiel et prélever les informations pertinentes nécessaires à une réutilisation, les classer à condition que les documents soient courts et directs. Peut	Adapter la méthode de lecture au texte et à l'objectif de lecture (informations recherchées par exemple). Repérer les phrases clés afin d'accéder à l'essentiel par une lecture survol.	La personne titulaire d'un diplôme reçoit d'un partenaire étranger un courriel destiné à sa ou son responsable hiérarchique.

instructions, la correspondance professionnelle, pour trouver une information exécuter une tâche ou réagir en conséquence.	comprendre le mode d'emploi d'un appareil, le mode opératoire d'un logiciel s'il est direct, non complexe et clairement rédigé. B2 : peut comprendre dans le détail des instructions longues et complexes (mode d'emploi, consignes de sécurité, description d'un processus ou d'une marche à suivre). Peut exploiter des sources d'information multiples afin de sélectionner les informations pertinentes et en faire la synthèse.	Retrouver les phrases minimales afin d'accéder rapidement à la compréhension de l'essentiel. Pour la correspondance : - repérer expéditeur, destinataire, - identifier le problème posé.	Elle recherche sur la toile (web) un produit pour gérer l'approvisionnement en fournitures de son service.
Lire des articles de presse et des documents divers (essais, témoignages...) en relation ou non avec l'activité de l'entreprise pour s'informer au sujet du pays étranger	B1 : reconnaître les points significatifs dans un article de journal direct et non complexe. B2 : identifier rapidement le contenu et la pertinence d'une information, obtenir des renseignements dans des articles spécialisés, comprendre des articles sur des problèmes contemporains et dans lesquels les auteurs adoptent une position ou un point de vue.	Prendre rapidement connaissance du contenu d'un article grâce au titre, au sous-titre, au paragraphe introductif et à la conclusion. Repérer les phrases clés afin d'accéder à l'essentiel par une lecture survol. Retrouver les phrases minimales afin d'accéder rapidement à la compréhension de l'essentiel. Savoir identifier les intentions de l'auteur et distinguer les faits des opinions.	Dans le cadre de sa veille informationnelle, La personne titulaire d'un diplôme est abonnée à une lettre d'information (newsletter) en langue étrangère. La personne titulaire d'un diplôme suit l'actualité de l'entreprise et de ses concurrents sur les réseaux sociaux et la toile (web).

**Tableau 5 : ACTIVITÉ LANGAGIÈRE DE PRODUCTION ET INTERACTION ÉCRITES**

Exemples de tâche professionnelle	Niveaux	Exigences associées à la tâche	Exemples de situation professionnelle
Rédiger des documents professionnels pour communiquer avec des clients, fournisseurs ou des prestataires.	B1 : peut apporter une information directe.  B2 : peut rédiger des courriers de façon structurée en soulignant ce qui est important et en faisant des commentaires.	Connaître les différents types de courriers : structure, présentation, mise en page. Disposer de modèles de documents. Savoir écrire les dates. Savoir utiliser les formules d'usage. Savoir développer une argumentation claire avec arguments secondaires et exemples pertinents, savoir enchaîner des arguments avec logique, savoir-faire une contre-proposition. Contrôler sa production <i>a posteriori</i> .	La personne titulaire du diplôme rédige un courriel pour demander des renseignements à un prestataire. Elle joint un cahier des charges détaillant le besoin. Elle rédige un article en langue étrangère publié sur le réseau social d'entreprise. Elle répond à un message posté sur le forum de l'espace de travail collaboratif en langue étrangère. Elle assure la visibilité de l'entreprise sur les réseaux sociaux en partageant des informations en langue étrangère.

Rédiger des notes et des messages à destination d'un tiers pour transmettre des informations, donner des consignes.	B1 <sup>4</sup> : peut prendre un message concernant une demande d'information, l'explication d'un problème, peut laisser des notes qui transmettent une information simple et immédiatement pertinente à des employés, des collaborateurs, des collègues, un supérieur, etc. en communiquant de manière compréhensible les points qui lui semblent importants.	Formuler de façon concise. Mettre en évidence l'essentiel.	La personne titulaire du diplôme a reçu une consigne qu'elle doit transmettre à un partenaire étranger. La personne titulaire du diplôme doit rédiger ou traduire une courte note d'information à destination de collaboratrices et collaborateurs étrangers. Elle peut mettre un jour un document en ligne qui ne serait pas actualisé (visa, demande ESTA ou autres pour les pays hors de l'union européenne).
Préparer des supports de communication.	B1 : peut écrire des descriptions détaillées et articulées. Des erreurs de langue subsistent mais ne gênent pas la lecture. B2 : peut écrire des descriptions claires et détaillées. Les erreurs de syntaxe sont rares et corrigées à la relecture.	Analyser les consignes afin d'identifier les mots clés qui vont renseigner sur le type d'écrit à produire (décrire, argumenter, comparer, expliquer, raconter), et l'objectif de la description (présenter de façon neutre, convaincre, etc.). Mobiliser ses connaissances afin de prévoir la structure du document à produire, les idées, les moyens linguistiques pertinents. Contrôler sa production <i>a posteriori</i> pour corriger les erreurs, utiliser des reformulations en cas de difficulté.	La personne titulaire du diplôme prépare un support en langue étrangère (diaporama ou autre) qui sera utilisé par les membres de son équipe lors d'un déplacement ou d'une réunion avec des partenaires étrangers.
Rédiger une synthèse d'informations à partir de sources diverses	B1 : peut résumer une source d'information factuelle et donner son opinion. B2 : peut synthétiser des informations et des arguments issus de sources diverses (orales et/ou écrites pour en rendre compte).	Prendre des notes organisées. Rédiger de façon hiérarchisée à partir de notes. Synthétiser en fonction d'axes prédéterminés. Savoir faire ressortir les articulations du discours : marques des enchaînements logiques d'une partie à une autre, d'une sous-partie à une autre, marque de la concession, du contraste. Contrôler sa production <i>a posteriori</i> pour corriger les erreurs, utiliser des reformulations en cas de difficulté.	La personne titulaire du diplôme est chargée de réaliser le compte-rendu d'une réunion en langue étrangère.

<sup>4</sup> Il n'existe pas de descripteur pour le niveau B2. C'est donc le descripteur pour le niveau B1 qui est pris comme référence.

# STAGES OU PÉRIODES DE FORMATION EN MILIEU PROFESSIONNEL

## Finalité des stages

Les objectifs du stage sont clairement définis dans le référentiel.

Quelle que soit l'organisation retenue, les activités confiées à la personne stagiaire doivent être en adéquation avec l'acquisition des compétences du référentiel. En ce qui concerne le stage de 2<sup>ème</sup> année, celui-ci doit obligatoirement correspondre aux activités et compétences spécifiques de l'option choisie.

## Mise en œuvre des stages

Il revient à l'ensemble de l'équipe pédagogique de suivre, de conseiller et de soutenir l'étudiant pour

- rechercher le lieu de stage

L'équipe vérifiera tout particulièrement qu'il présente toutes les garanties nécessaires à des apprentissages sérieux : probité, qualité du partenariat, disponibilité et compétences du tuteur ou maître d'apprentissage ;

- définir les activités confiées durant la période de stage.

Le référentiel insiste sur « l'échange à caractère pédagogique entre les parties concernées » ainsi que sur la « convention tripartite ». L'équipe pédagogique veille particulièrement à la couverture des différentes activités relevant du BTS MECP visant à enrichir le parcours de l'étudiant. Ainsi, multiplier les organisations d'accueil peut présenter un intérêt pour certains (découvrir des contextes variés, multiplier les chances d'insertion, compléter l'éventail des projets portés par l'apprenant...). D'autres, au contraire, se spécialiseront et privilégieront un contexte professionnel particulier parce qu'il correspond à leur projet personnel.

- encourager la mobilité internationale de certains étudiants motivés.

Le référentiel du BTS MECP s'appuie en effet sur certaines compétences acquises plus facilement dans ce cadre (maîtrise de la communication écrite et orale en langue anglaise, contextes marqués par l'interculturalité).

## Évaluation des stages

### Stage de 1<sup>ère</sup> année

Le stage de 4 à 5 semaines peut donner lieu à un rapport de stage dont le nombre de pages et la forme sont à l'appréciation de l'équipe pédagogique (*par exemple : 4 pages écrites, ou 6 diapositives pour une présentation orale*). Ce rapport ou sa présentation peut, ou non, être évalué.

### Stage de 2<sup>ème</sup> année

Le stage de 2<sup>ème</sup> année ne donne pas lieu à une évaluation en vue de l'examen. Cependant l'équipe pédagogique, ou l'entreprise peut demander un compte-rendu (*écrit, diaporama, vidéo, audio, ...*) de(s) activité(s) réalisée(s). Il est conseillé de concevoir le compte-rendu pendant le stage pour que l'étudiant puisse se concentrer sur son projet BC2 à l'issue du stage.

Le livret scolaire comprendra une ligne consacrée au stage de 2<sup>ème</sup> année, dans laquelle l'appréciation du tuteur ou maître d'apprentissage sera reportée (nouveau livret scolaire annexé à la circulaire nationale d'organisation du BTS MECP).

Les différentes productions post-stage peuvent être insérées dans le portfolio de manière à illustrer les compétences acquises pendant ces périodes en milieu professionnel.

# ACTIONS PROFESSIONNELLES

## Finalité des actions professionnelles

Les objectifs des actions professionnelles (AP) sont clairement définis dans le référentiel. Une action professionnelle peut constituer une des étapes du projet (cf. BC2).

L'organisation et la mise en œuvre des AP résultent d'un travail en équipe pluridisciplinaire.

## Mise en œuvre de l'enseignement des actions professionnelles

Au cours des actions professionnelles les enseignants veillent à :

- mobiliser les savoirs associés afin d'interroger, comprendre et/ou analyser la réalité de terrain. (en utilisant par exemple des méthodes d'investigation, de recueil et d'analyse de données au niveau local et régional) ;
- permettre la découverte du tissu locorégional et du milieu professionnel, en particulier dans la perspective des recherches de stage ;
- impulser l'élaboration du portfolio et du profil professionnel (réseaux sociaux) ;
- mettre en œuvre des projets par groupes d'étudiants en réponse à des besoins repérés localement, à l'issue d'investigations personnelles ou sur proposition de l'enseignant.

### Exemples d'actions professionnelles en 1<sup>ère</sup> année

- Création ou développement d'un réseau professionnel, mise en place des CV, apprentissage d'une construction de lettre de motivation.
- Participation à la journée portes ouvertes du centre de formation afin de promouvoir la formation du BTS MECP.
- Organisation et mise en œuvre d'un événement sur le lieu de formation telle qu'une rencontre avec d'anciens étudiants pour conforter ou aider au choix de l'option.
- Interventions ponctuelles auprès de publics divers : personnes âgées, malades, défavorisées, incarcérées, porteuses de handicap, ...
- Immersion de courte durée dans une entreprise pour découvrir des métiers, du matériel, des techniques innovantes ...
- Conférences et moments de partage avec la profession.
- Etc.

### Exemples d'actions professionnelles en 2<sup>ème</sup> année

Elles permettent aux étudiants :

- de mobiliser les savoirs associés de l'option pour réaliser tout ou partie d'un projet relatif à :
  - la gestion d'une entreprise ;
  - la communication externe ou interne de l'entreprise et à son rayonnement ;
  - la création, la diffusion d'un produit, l'utilisation de matériels... ;
- d'appréhender la démarche pluriprofessionnelle du travail de terrain ;
- de participer à des missions et/ou à des projets d'entreprises dans la continuité d'une relation lors de stages ou d'autres situations professionnelles ;
- d'intégrer au projet une dimension européenne et/ou internationale.

Traitées en pleine responsabilité, de façon individuelle ou collective, ces actions peuvent avoir un caractère opérationnel selon la nature du projet.

### Quelques exemples :

- Contribution à la veille informationnelle

- Réalisation d'une revue de presse sur la concurrence
- Conception d'une plaquette d'entreprise pour les visiteurs étrangers
- Organisation d'un événement à l'étranger
- Participation à l'accueil de clients/fournisseurs étrangers
- Étude de la conformité des pratiques avec la réglementation
- Organisation d'un événement de communication interne/externe sur le lieu de formation ou en entreprise : rencontre d'anciens étudiants, animation commerciale, soirée partenaires, actualisation d'un site internet, prise en charge de la parution d'un « flash » d'information ...
- Promotion de l'image de la marque, de l'entreprise
- Participation à la redéfinition de l'offre de soins en institut
- Étude de la concurrence
- Étude de la clientèle et de ses besoins
- Tenue d'une réunion au sein de l'entreprise
- Mise en place d'entretiens au sein de l'entreprise
- Étude d'un projet d'investissement de l'entreprise
- Participation au recrutement
- Etc.

### Organisation des actions professionnelles

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 (à titre indicatif, 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.

# PORTFOLIO : UN OUTIL PRÉCIEUX POUR GARDER TRACE DES EXPÉRIENCES

Le portfolio est un outil qui présente trois avantages pour l'étudiant :

- il l'oblige à faire un point sur chaque activité, sur chaque projet analysé ou mené. Il sera donc le support de l'analyse réflexive qui lui permet de prendre du recul et donc de séparer l'essentiel de l'accessoire ;
- il permet de garder une trace de tout ce qui a été fait pendant la formation ;
- et surtout, le portfolio sera au service de son insertion professionnelle future puisqu'il permettra d'illustrer les compétences acquises pendant sa formation.

## Définition

Le portfolio « est un dossier personnel structuré et alimenté au cours d'un apprentissage ou d'une formation et qui doit témoigner des activités et productions réalisées, des documents consultés et des compétences acquises. Le portfolio sert à apprendre en faisant (apprentissage par compétences) et à rendre compte régulièrement de ce qui est appris.

Avec le développement des outils numériques, le portfolio devient un élément central de l'Environnement Personnel d'Apprentissage et un outil essentiel de valorisation de son identité numérique dans un cadre professionnel.

Enfin, le portfolio numérique offre le grand avantage d'avoir un contenu constamment mis à jour, pouvant devenir à tout moment un "produit fini", communicable à une date donnée »<sup>5</sup>.

## Intérêt et démarche<sup>6</sup>

Le portfolio peut être utilisé au service de la construction d'un projet professionnel au cours de la formation<sup>7</sup> et de l'insertion professionnelle à l'issue de la formation<sup>8</sup>. Il s'inscrit dans la démarche de formation tout au long de la vie et complète l'information qui est contenue dans le CV, en apportant des illustrations de l'expérience professionnelle et personnelle acquise.

La démarche de création de portfolio s'effectue généralement en deux temps : d'abord le choix des éléments à intégrer dans le portfolio, ensuite la phase de réalisation en choisissant le support le plus adapté.

La première étape nécessite une réflexion sur le contenu : « que dire de soi et comment le dire ? que montrer et comment le montrer ? ». Cette étape est très importante dans la construction du portfolio. Elle doit intégrer le caractère évolutif de la démarche (sur plusieurs années) et permettre la réflexion sur le contenu des informations à diffuser et sur leur caractère personnel. En effet, outre les compétences acquises en cours de formation ou en stages, le concepteur peut également souhaiter présenter des domaines qui touchent à la sphère plus personnelle : une expérience artistique, un engagement bénévole, associatif, etc. Il faut alors être vigilant sur les informations (textes, images, vidéos, présentations, liens...) qui deviennent accessibles et partagées sur internet. Le choix du support de diffusion va dépendre de cette première étape.

---

<sup>5</sup> <http://www.cndp.fr/crdp-creteil/doctice/901-le-portfolio--dossier-personnel-dactivites-et-de-competences>

<sup>6</sup> Livre blanc « La démarche ePortfolio dans l'enseignement supérieur français », Cahier n°1 / Mars 2013, [http://media.supnumerique.gouv.fr/file/Innovations\\_numeriques/13/2/ePortfolio\\_cahier1pdf\\_761132.pdf](http://media.supnumerique.gouv.fr/file/Innovations_numeriques/13/2/ePortfolio_cahier1pdf_761132.pdf) <http://www.supnumerique.gouv.fr/cid116222/experimentation-d-une-demarche-eportfolio.html>

<sup>7</sup> Le portfolio professionnel : quand l'expérience a valeur de diplôme, Par Christine Vaufrey B, <http://cursus.edu/article/8954/portfolioprofessionnel-quand-experience-valeur-diplome/#.Wn10HOciGHs>

<sup>8</sup> L'accompagnement professionnel (pôle emploi) : <https://www.pole-emploi.fr/candidat/3-raisons-d-avoir-un-portfolio-professionnel-@/article.jspz?id=473013>

## Supports numériques de création de portfolios

Il existe de multiples supports sur lesquels il est possible de créer un portfolio. Ils sont plus ou moins intuitifs et permettent d'intégrer les évolutions de parcours. Ils peuvent aussi prendre en compte la créativité des étudiants en étant plus ou moins personnalisables.

Les supports doivent être proposés et testés par l'utilisateur qui doit pouvoir être à même de décider des contenus et de l'image qu'il souhaite véhiculer. Le choix du support dépend également de la facilité de prise en main, du résultat final qui doit correspondre précisément à ce que le concepteur souhaite diffuser.

# ANNEXE 1 : RECOMMANDATIONS CONCERNANT LES DISCIPLINES PRENANT EN CHARGE LES ENSEIGNEMENTS

## Horaires hebdomadaires – 1<sup>ère</sup> année

		Discipline	Total horaire annuel	Cours	TD	TP
Langue vivante	Langue vivante étrangère A	LV	64	-	2	-
	Langue vivante étrangère B	LV	32	-	1	-
<b>Total horaire</b>			<b>96</b>			
Expertise scientifique et technologique	Biologie appliquée et cosmétologie	BGB/BSE	160	3	1	1
	Physique et chimie appliquées	PC	64	1	0,5	0,5
<b>Total horaire</b>			<b>224</b>			
BC1 Développer des prestations esthétiques et des services de beauté et de bien être respectueux des transitions écologiques	Environnement professionnel	EC	64	2	-	-
	Conception de prestations esthétiques et démonstration de techniques esthétiques	EC	192	-	1	5
	Environnement commercial et relation client	EC, EG	64	1	-	1
	Design de communication en esthétique cosmétique	AA	32	-	-	1
<b>Total horaire</b>			<b>352</b>			
BC2 Concevoir ou réaliser tout ou partie d'un projet d'une entreprise, d'un pôle d'activité, d'un service	Projet dans le secteur de la beauté et du bien-être	toutes	48	-	-	1,5
	Culture économique, juridique et managériale et stratégies de l'entreprise	EG	80	2,5	-	-
	Communication dans l'environnement professionnel	EG, AA, EC	80	1,5	1	-
<b>Total horaire</b>			<b>208</b>			
Actions professionnelles	Actions professionnelles	toutes	48	-	1,5	-
<b>Total horaire</b>			<b>928</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>10</b>
Stages	4 semaines		140	-	-	-
<b>TOTAL HORAIRE ÉTUDIANT</b>			<b>1068</b>			

## Horaires hebdomadaires - 2ème année - option Management

		Discipline	Total horaire annuel	Cours	TD	TP
Langue vivante	Langue vivante étrangère A	LV	84	-	3	-
<b>Total horaire</b>			<b>84</b>			
Expertise scientifique et technologique	Biologie appliquée et cosmétologie	BGB/BSE	28	1	-	-
<b>Total horaire</b>			<b>28</b>			
BC1 Développer des prestations esthétiques et des services de beauté et de bien être respectueux des transitions écologiques	Conception de prestations esthétiques et démonstration de techniques esthétiques	EC	56	-	-	2
<b>Total horaire</b>			<b>56</b>			
BC2 Concevoir ou réaliser tout ou partie d'un projet d'une entreprise, d'un pôle d'activité, d'un service	Projet dans le secteur de la beauté et du bien-être	toutes	84	-	-	3
<b>Total horaire</b>			<b>84</b>			
BC3A Manager une entité commerciale dans le domaine de la beauté et du bien-être	Management de l'entité commerciale	EG	182	3,5	3	-
	Management des équipes	EG	98	1	2,5	-
	Cadre professionnel	EG, EC, AA	140	2	-	3
	Communication dans le cadre de la promotion de l'entreprise	EG, EC, AA	84	1	-	2
	<i>Langue vivante étrangère B</i>	LV		-	2*	-
<b>Total horaire</b>			<b>504</b>			
Actions professionnelles	Actions professionnelles	toutes	42	-	1,5	-
<b>Total horaire</b>			<b>798</b>	<b>8,5</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
Stages	7 semaines		245			
<b>TOTAL HORAIRE ÉTUDIANT</b>			<b>1043</b>			

\* : La langue vivante étrangère B est facultative.

## Horaires hebdomadaires - 2ème année - option Formation-Markques

		Discipline	Total horaire annuel	Cours	TD	TP
Langue vivante	Langue vivante étrangère A	LV	84	-	3	-
<b>Total horaire</b>			<b>84</b>			
Expertise scientifique et technologique	Biologie appliquée et cosmétologie	BGB/BSE	28	1	-	-
<b>Total horaire</b>			<b>28</b>			
BC1 Développer des prestations esthétiques et des services de beauté et de bien être respectueux des transitions écologiques	Conception de prestations esthétiques et démonstration de techniques esthétiques	EC	56	-	-	2
<b>Total horaire</b>			<b>56</b>			
BC2 Concevoir ou réaliser tout ou partie d'un projet d'une entreprise, d'un pôle d'activité, d'un service	Projet dans le secteur de la beauté et du bien-être	toutes	84	-	-	3
<b>Total horaire</b>			<b>84</b>			
BC3B Animer, former et négocier dans le cadre de stratégies commerciales d'entreprises de beauté et de bien-être	Techniques de négociation relation client	EG	84	-	3	-
	Gestion opérationnelle et commerciale	EG	84	2	1	-
	Actions de formation et d'animation	EC, BGB/BSE	196	1,5	3,5	2
	Techniques de communication dans le cadre de la promotion d'une marque, d'une prestation, d'un appareil, d'un produit	EG, AA, EC	84	1	2	-
	Langue vivante étrangère B	LV	56	-	2	-
<b>Total horaire</b>			<b>504</b>			
Actions professionnelles	Actions professionnelles	toutes	42	-	1,5	-
<b>Total horaire</b>			<b>798</b>	<b>5,5</b>	<b>16</b>	<b>7</b>
Stages	7 semaines		245			
<b>TOTAL HORAIRE ÉTUDIANT</b>			<b>1043</b>			

## Horaires hebdomadaires - 2ème année - option Cosmétologie

		Discipline	Total horaire annuel	Cours	TD	TP
Langue vivante	Langue vivante étrangère A	LV	84	-	3	-
<b>Total horaire</b>			<b>84</b>			
Expertise scientifique et technologique	Biologie appliquée et cosmétologie	BGB/BSE	28	1	-	-
<b>Total horaire</b>			<b>28</b>			
BC1 Développer des prestations esthétiques et des services de beauté et de bien être respectueux des transitions écologiques	Conception de prestations esthétiques et démonstration de techniques esthétiques	EC	56	-	-	2
<b>Total horaire</b>			<b>56</b>			
BC2 Concevoir ou réaliser tout ou partie d'un projet d'une entreprise, d'un pôle d'activité, d'un service	Projet dans le secteur de la beauté et du bien-être	toutes	84	-	-	3
<b>Total horaire</b>			<b>84</b>			
BC3C Développer, fabriquer, évaluer des produits cosmétiques	Fondements physicochimiques de la cosmétologie	PC	112	2	2	-
	Affaires réglementaires	BGB/BSE	56	1	1	-
	Conception, élaboration, production	BGB/BSE	168	1,5	2,5	2
	Sécurité et efficacité des produits cosmétiques	BGB/BSE	168	1,5	2,5	2
	<i>Langue vivante étrangère B</i>	LV		-	2*	-
<b>Total horaire</b>			<b>504</b>			
Actions professionnelles		toutes	42	--	1,5	
<b>Total horaire</b>			<b>798</b>	<b>7</b>	<b>12,5</b>	<b>9</b>
Stages	7 semaines		245			
<b>TOTAL HORAIRE ÉTUDIANT</b>			<b>1043</b>			

\* : La langue vivante B est facultative.

## ANNEXE 2 : RESSOURCES

Digipad

Retrouver toutes les ressources sur cet espace : <https://digipad.app/p/362475/c11f963dc18a3>

Salles spécialisées

ENSEIGNEMENTS	Esthétique	Sciences	Management, design, communication
BESOIN EN SALLES SPECIALISEES	Salle de soins visage et corps Vestiaire	Salle de TP de cosmétologie avec postes informatiques Salle de TP de physique-chimie Salle de TP de microbiologie	Salles équipées de postes informatiques

Matériel

### Laboratoires de sciences

Le matériel de base d'un laboratoire de science est considéré comme acquis. Seul le matériel spécifique est précisé dans le tableau.

Désignation	Expertise scientifique et technologique	Cosmétologie
Autoclave	Non	Oui
Balances analytiques 1 mg ou 0,1 mg	Non	Oui
Moule pour rouge à lèvres ou autres sticks	Non	Oui
Compacteur de poudres	Non	Oui
Mélangeur pour poudres (ou moulin à café)	Non	Oui
Mélangeur- agitateur type IKA pour liquides et émulsions avec tige (déflocculeuse, hélices, turbo agitation axiale...)	Non	Oui
Rotor stator ultra-turrax®	Non	Oui
Pilote (type IKA LR1000 ou STEPHAN)	Non	Oui
Colorimètre type CM2300d et/ou CM5 avec SMNX Konica-Minolta	Non	Oui
Pycnomètre / densimètre	Non	Oui
Réfractomètre	Non	Oui
Viscosimètre à mobiles tournants	Non	Oui
<u>Adaptateur SSA (faible volume) pour viscosimètre</u>	Non	Oui
<u>Adaptateur ULA (faible viscosité) pour viscosimètre</u>	Non	Oui
Rhéomètre	Non	Oui
Coupes viscosimétriques	Facultatif	Oui
Tensiomètre pour mesure de la tension superficielle (méthode de Krüss)	Non	Oui
Texturomètre	Non	Oui
Système de point de goutte	Non	Oui

Banc de Köffler	Non	Oui
Pénétrromètre numérique	Facultatif	Oui
Dynamomètre numérique	Non	Oui
pH mètre avec sonde de mesure spécifique aux produits visqueux	Oui	Oui
Centrifugeuse	Facultatif	Oui
Pipettes automatiques à volumes variables couvrant 100 à 1 000 µL et 10 à 200 µL	Non	Oui
Étuve d'incubation pour micro-organismes (50 L)	Non	Oui
Étuve chimique ventilée (100 L)	Non	Oui
Microscope photonique binoculaire (objectifs X4, X10, X40, X100)	Oui	Oui
Micromètre oculaire	Facultatif	Oui
Spectrophotomètre (UV-visible)	Oui	Oui
Cornéomètre	Type cabine	Type labo
Sébumètre	Type cabine	Type labo
pH-mètre cutané	Type cabine	Type labo
Mexamètre	Type cabine	Type labo
Évaporimètre ou Tewamètre	Facultatif	Type labo
Cutomètre (à la rigueur Twistomètre)	Non	Type labo
Caméra microscope cutanée reliée à ordinateur	Non	Oui
Empreintes cutanées et analyse d'images	Non	Facultatif
Cabines d'analyse sensorielle type Absciss	Non	Facultatif

### APPAREILS pour les techniques esthétiques

Lampe loupe / Lumière de Wood
Appareil de diagnostic numérique
Stérilisateur à UVC
Hotcaby
Brumisateurs à adduction d'ozone
Appareil d'aspiration (Ventouses rides, comédons, sébum)
Vibrant visage
Vibrant corps Type G5
Brosses rotatives
Haute fréquence (Electrode néon, violettes, saturatrice)
Ultrasons visage avec lame vibrante
Ultrasons corps
Ionophorèse / Desincrustation visage
Iono/Excito corps
Pressoesthétique
Palper rouler (Type Cellu M6)
Couvertures chauffantes
Manucurie tiède
Lampes UV
Dispositif D'squam + microscope

## Logiciels (liste non exhaustive)

- Pack office: Word, Excel, Power point / LibreOffice Writer, LibreOffice Calc, LibreOffice Impress
- Logiciel de statistiques : Jamovi, Fizz, ExcelR, Graphpad Quickcalcs ou Research randomizer
- Logiciel de formulation et d'aide au DIP : Coptis ou equivalent
- Logiciel outils de gestion client : CRM
- Logiciel de gestion de stock.
- Logiciel de gestion de projet

## Bibliographie et sitographie indicatives pour certains enseignements :

### Cosmétologie

- Introduction à la dermopharmacie et à la cosmétologie, Editeur Lavoisier, Marie Claude Martini
- Matières premières cosmétiques Ingrédients Sensoriels, Editeur Lavoisier, Michel Grisel, Géraldine Savary coordonnateurs
- Matières premières cosmétiques Actifs Naturels, Editeur Lavoisier, Emmanuelle Guissart, Véronique Barragan-Montero
- Conception des produits cosmétiques : la formulation, Editeur Lavoisier, Anne-Marie Pensé-Lhéritier coordonatrice
- Modèles pour l'évaluation des produits cosmétiques, Editeur Lavoisier, Catherine Grillon, Marek Haftek Coordonnateurs
- L'évaluation des produits cosmétiques : l'objectivation, Editeur Lavoisier, Anne-Marie Pensé-Lhéritier coordonatrice
- L'évaluation des produits cosmétiques : La sécurité, Editeur Lavoisier, Feuilloley Marc, Nicole Orange Coordonnateurs
- Atlas du vieillissement cutané (3 volumes), Editeur Med'com, Roland Bazin (Auteur), Eric Doublet (Illustration)
- Bazin, R. & Doublet, E. (2007). *Atlas du vieillissement cutané - Volume 1, Population Européenne*. Med'com. [ISBN 978-2-914738-94-1]
- Bazin, R & Flament, F. (2010). *Skin Aging Atlas - Volume 2, Asian type*. Med'com. [ISBN 978-2-35403-033-9]
- Bazin, R. Flament, F. & Giron, F. (2012). *Skin Aging Atlas - Volume 3, African-American type*. Med'com. [ISBN 978-2-35403-081-0]
- Bazin, R. Flament, F. & Rubert, V. (2015). *Skin Aging Atlas t.4 - Volum 4, Indiantype*. Med'com. [ISBN 9782354032142]
- Bazin, R. Flament, F. & Qiu, H. (2017). *Skin Aging Atlas - Volume 5, Photo-aging Face & Body*. Med'com. [ISBN 978-2-35403-246-3]
- Bellon, P. (2021). *Cosmétiques, Parfums et émotions : l'apport des neurosciences*. Cosmetic Valley Editions.
- Callen, J. (2009). *Biologie cellulaire en 30 fiches*. Dunod. [ISBN 978-2-10-051585-1]
- Cézard, F. (2013). *Biotechnologies en 27 fiches*. Dunod. [ISBN 2100589148]
- Feuilloley, M. & Orange, N. (2019). *Évaluation des produits cosmétiques - La sécurité*. Cosmetic Valley Editions.
- Grisel, M. & Savary, G. (2019). *Matières premières cosmétiques – Ingrédients sensoriels, Nouvelle présentation actualisée*. Cosmetic Valley Editions.
- Grisel, M. & Savary, G. (2019). *Matières premières cosmétiques. Ingrédients Sensoriels. Volume 1 : le toucher, la vision, le goût*. Cosmetic Valley Editions.
- Huang, N. (2022). *Evaluation des produits cosmétiques - Tests et Mesures*. Cosmetic Valley Editions.
- Mahé, A. & Faye, O. (2022). *Dermatologie de la diversité*. Elsevier Masson. [ISBN 978-2-294-77570-3]
- Martini, M.-C. (2009). *Cosmétologie masculine*. Tec & Doc. [ISBN 978-2-7430-1856-6]

- Martini, M. (2021). *Introduction à la cosmétologie*. Cosmetic Valley Editions.
- Misery, L. (2019). *Votre peau a des choses à vous dire*. Larousse.
- Norwood, K. Chen, T. & Flament, F. (2017). *The fingernails : Dimensions, morphology and aesthetic atlas*. Med'com. [ISBN 978-2-35403-240-1]
- Pensé Lhéritier, A. (2019). *Évaluation des produits cosmétiques – L'Objectivation*. Cosmetic Valley Editions.
- Pensé Lhéritier, A. (2022). *Conception des produits cosmétiques, La formulation, 3e édition*. Cosmetic Valley Editions.
- Roos, N. & Cohen-Letessier, A. (2010). *Les vergetures : De la clinique au traitement*. Med'com. [ISBN 2354030347]
- Valley, N. & Raynal, S. (2021). *Formulation en parfumerie - Art & Science*. Cosmetic Valley Editions.
- Actia. (2014). Evaluation sensorielle : Guide de bonnes pratiques. <https://www.actia-asso.eu/evaluation-sensorielle/>
- Actia (2021). Guide sur les bonnes pratiques de prélèvement de surfaces en industrie agro-alimentaire. <https://www.actia-asso.eu/prelevement-de-surfaces/>
- Kit RSE Actia-Ania. <https://www.actia-asso.eu/kit-rse/>
- ARPP, Autorité de régulation professionnelle de la publicité. <https://www.arpp.org/>
- (04.2019). Présentation de la recommandation ARPP produits cosmétiques v8 au webinaire Cosmed-ARPP : « quelles nouvelles règles pour les allégations cosmétiques ? » <https://www.arpp.org/actualite/webinaire-cosmed-arpp-queelles-nouvelles-regles-pour-les-allegations-cosmetiques/>
- (11.2021). Bilan Publicité et Produits Cosmétiques 2020. <https://www.arpp.org/actualite/bilan-publicite-et-produits-cosmetiques-2020/>
- Cortial, A. Simon, M. Reynier, M. Démarchez, M. *Biologie de la peau*. <https://biologiedelapeau.fr/>
- (2019). *Cosmetics Europe The Personal Care Association : Guidelines for cosmetic product claim substantiation*. [https://cosmeticseurope.eu/files/4016/0015/2480/Guidelines\\_for\\_Cosmetic\\_Product\\_Claim\\_Substantiation.pdf](https://cosmeticseurope.eu/files/4016/0015/2480/Guidelines_for_Cosmetic_Product_Claim_Substantiation.pdf)
- (2008). *Cosmeticobs*. <https://cosmeticobs.com/fr/>
- Saga Web. <https://sagaweb.afnor.org/>

### Méthodologie de la démarche projet (bibliographie en cours)

- « L'apprentissage par projet : de la recherche », Catherine REVERDY : <https://eduscol.education.fr/sti/sites/eduscol.education.fr.sti/files/ressources/techniques/5180/5180-186-p46.pdf>
- La démarche de projet : <https://eduscol.education.fr/sti/sites/eduscol.education.fr.sti/files/ressources/techniques/3305/3305-parcours-sin-7-ressource-demarche-projet.doc>

### Formation-Markes (bibliographie en cours)

La conception de document :

- (2012). Mayer (2009). Théorie de l'apprentissage multimédia. <http://psychologie-cognitive.blogspot.com/2012/06/mayer-2009-theorie-de-lapprentissage.html>
- Mayer (2009). Théorie de l'apprentissage multimédia- les douze principes. [http://psychologie-cognitive.blogspot.com/2012/06/mayer-2009-theorie-de-lapprentissage\\_04.html](http://psychologie-cognitive.blogspot.com/2012/06/mayer-2009-theorie-de-lapprentissage_04.html)

## ANNEXE 3 : GLOSSAIRE DE VERBES D'ACTION

*Conçu dans une optique d'harmonisation des pratiques, ce glossaire représente une base de travail pédagogique pour l'enseignant de BTS MECP. Il rassemble les verbes utilisés couramment dans les activités pédagogiques. Ce glossaire est évolutif.*

### A

**Analyser** : décomposer une situation (expérience par exemple), un document en ses différents éléments au regard de l'objectif, établir les liens entre eux et faire émerger un sens.

**Argumenter** : défendre ou réfuter une proposition, un avis, une opinion en se fondant sur des éléments factuels.

### C

**Calculer** : déterminer une valeur numérique par une ou plusieurs opérations de calcul.

**Caractériser** : indiquer avec précision les éléments spécifiques d'un objet d'étude.

**Classer** : identifier les caractères communs et différents de deux objets d'étude, afin de choisir leur catégorie d'appartenance.

**Citer** : rédiger une réponse concise (chiffres, termes, mots-clés, expressions, exemples, ...).  
Synonymes : Nommer, Indiquer, Désigner

**Commenter** : formuler un point de vue pour apporter une réflexion personnelle sur l'objet du commentaire.

**Comparer** : présenter en parallèle les éléments communs et les éléments différents de plusieurs objets selon les critères choisis.

**Conclure** : dégager une proposition, conséquence d'un ensemble d'éléments, par le moyen d'un raisonnement ou d'une observation attentive.

### D

**Décrire** : restituer objectivement une observation détaillée sans explication.

**Déduire** : tirer (faire sortir) d'un fait, d'une proposition, la conséquence logique qu'elle contient.

**Définir** ou **proposer une définition** : concevoir une formule précise et personnelle reprenant les attributs incontournables qui donnent le sens d'un concept.

**Démontrer (montrer que)** : établir la véracité d'une proposition à l'aide d'un raisonnement argumenté.

**Déterminer** : indiquer, faire apparaître un ou des éléments avec précision à l'aide d'une analyse, d'une mesure, d'une évaluation.

**Discuter** : procéder à l'examen contradictoire, débattre.

**Distinguer** : aboutir à découvrir ou à déterminer au moins une différence entre deux éléments, sans confusion possible.

### E

**Énumérer** : énoncer une à une les parties d'un tout (notion d'exhaustivité).

**Établir** : construire ou mettre en place de manière stable.

**Expliciter** : rendre plus intelligible à tous, lever l'implicite en apportant tous les éléments de compréhension d'un objet de connaissance.

**Expliquer** : développer les étapes d'un raisonnement, du fonctionnement d'un objet ou d'une démarche pour faire comprendre ou vérifier la compréhension.

**Exposer** : faire connaître, en le présentant de façon claire, structurée et suffisamment détaillée, un sujet dans sa globalité.

Synonymes : **présenter**

**Évaluer** : déterminer ou estimer la valeur de quelque chose (résultat d'une action ou conduite d'un processus).

## I

**Identifier** : retrouver pour un objet particulier ses caractères spécifiques afin de le nommer.

**Interpréter** : dégager le sens d'un ensemble d'éléments issus d'une analyse pour la rendre compréhensible, en mobilisant des ressources internes (personnelles) et externes.

## J

**Justifier** : fournir des arguments a posteriori en faveur d'un propos, d'une affirmation ou d'un choix.

## O

**Observer** : regarder un objet avec des critères pertinents par rapport à l'objectif pour le décrire précisément en vue d'une analyse ou d'une interprétation.

## P

**Préciser** : apporter des informations supplémentaires pour clarifier un propos.

**Présenter** : (cf. exposer)

**Proposer** : présenter ou soumettre une idée, une solution, une hypothèse.

## R

**Repérer** : retrouver ou localiser des informations dans un ensemble par rapport à un ou des critères fixés au préalable.

## S

**Schématiser** : (figurer) donner d'un objet une représentation simplifiée à l'aide d'une figure.

**Sélectionner** : choisir, retenir au sein d'un ensemble, un élément possédant des caractéristiques déterminées.

**Synthétiser** : rassembler, regrouper et organiser des éléments de connaissances sur un sujet et les recomposer en un tout cohérent et concis.

## V

**Valider** : déclarer qu'une méthode ou une procédure détermine effectivement ce qu'elle est censée déterminer ou mesurer au regard d'une norme ou d'une référence.

**Vérifier** : reconnaître par l'examen la véracité d'une chose, sa conformité à une référence ou son bon fonctionnement.