

# Perspectives sur le commerce de détail, 11<sup>e</sup> année

Code de cours 0325

Crédit du cours 1,0

Programme **FRANÇAIS**

## Survol de la discipline

L'Éducation en commerce appliqué (ECA) est composée d'un ensemble de cours à option destinés aux élèves du secondaire qui envisagent une carrière dans un domaine lié au commerce tel que l'économie, l'entrepreneuriat, les affaires, la commercialisation, la technologie ou les finances. Chacun des cours individuels représente une excellente option pour les élèves qui souhaitent mieux comprendre leur rôle dans notre économie mondiale. Les quatorze cours proposés dans le cadre de l'ECA permettent aux élèves d'acquérir les compétences nécessaires pour devenir des chefs d'entreprise, des innovateurs, des citoyens, des consommateurs et des employés efficaces.

## Survol du cours

Le cours Perspectives sur le commerce de détail aide les élèves à mieux comprendre le commerce de détail des points de vue théorique et pratique. Ce cours donne un aperçu des différents types d'établissements de vente au détail et de formes de propriété. Il met l'accent sur les opérations de vente au détail des milieux physiques et en ligne. Ce cours est axé sur les stratégies viables sur le plan financier auxquelles recourent les détaillants pour attirer les consommateurs. Ce cours a été conçu pour les élèves qui souhaitent gérer ou devenir propriétaires de leur propre établissement de vente au détail. Par contre, il saura intéresser tous les élèves, car l'expérience de la vente au détail fait partie de leur quotidien en tant que consommateurs.

# Compétences globales dans l'enseignement en commerce appliqué



## La pensée critique

**La pensée critique en commerce appliqué** implique l'utilisation de critères et de preuves fondés sur des principes commerciaux, des données, des preuves, des connaissances personnelles et des connaissances d'autres personnes afin de porter des jugements et de prendre des décisions raisonnées.

- Les élèves recherchent, manipulent et traitent l'information en utilisant les produits technologiques appropriés et les normes des affaires et du commerce.
- Les élèves déterminent la partialité, la pertinence, la fiabilité et la productivité de l'information et de la technologie à utiliser dans les affaires et l'industrie.
- Les élèves analysent et synthétisent les tendances émergentes en utilisant des critères et des preuves qui démontrent une prise de conscience des influences historiques, de la durabilité, de la culture et de la diversité.
- Les élèves comprennent comment les sources de données, les expériences et les perspectives des entreprises et de la communauté au sens large sont ancrées dans certains contextes.
- Les élèves font preuve de flexibilité pour reconsidérer leur raisonnement lorsqu'on leur présente des sources de données et d'autres preuves provenant de l'entreprise et de la communauté au sens large.
- Les élèves améliorent leur compréhension, clarifient le sens, établissent des liens et élargissent leurs expériences en posant des questions.
- Les élèves analysent les problèmes de l'entreprise et les tendances actuelles et prennent des décisions fondées sur des preuves et une pensée systémique.
- Les élèves évaluent les pratiques humaines, environnementales et financières afin de prendre des décisions éthiques sur la durabilité financière et environnementale.



## La créativité

**La créativité en commerce appliqué** implique l'exploration et la réflexion sur les tendances et les modèles dans le monde des affaires afin de générer et d'exprimer des modèles, des plans et des solutions innovants, réactifs et flexibles.

- Les élèves explorent des carrières et des domaines d'intérêt et prennent des risques pour innover de nouvelles idées dans leur domaine.
- Les élèves font preuve de curiosité dans le domaine du commerce en explorant de nouvelles idées/possibilités et en posant des questions pertinentes sur leur rôle dans l'économie mondiale.

- Les élèves utilisent une variété de stratégies pour trouver des solutions innovantes afin de répondre à un besoin de la société.
- Les élèves améliorent les solutions innovantes pour l'apprentissage du commerce en s'appuyant sur les idées des tendances actuelles et émergentes et sur les idées des autres.
- Les élèves utilisent la planification cyclique et procèdent à des ajustements en évaluant les tendances, les modèles et les connexions, et en établissant des protocoles commerciaux pour résoudre les problèmes.
- Les élèves testent et adaptent les modèles de planification par le biais de l'échelle et de la substitution afin d'évaluer et de prévoir les obstacles pour y remédier.
- Les élèves utilisent la pratique réflexive et le retour d'information pour adapter et améliorer les modèles de planification.



## La citoyenneté

---

**La citoyenneté en commerce appliqué** implique une prise de conscience de l'interconnexion des entreprises avec les communautés et les systèmes mondiaux. Elle offre aux élèves la possibilité d'œuvrer en faveur d'un monde durable en favorisant et en valorisant les relations éthiques avec soi-même, ses collègues, les parties prenantes et l'environnement.

- Les élèves comprennent leur propre point de vue sur les questions liées au commerce aux niveaux mondial, régional et local.
- Les élèves évaluent des facteurs tels que l'impact de l'équité, de la diversité et de l'inclusion sur le commerce, les affaires et les ressources humaines et proposent des solutions pour soutenir le bien-être.
- Les élèves recherchent la diversité des points de vue, des expériences et des visions du monde et la manière dont ils contribuent à l'établissement de relations et de pratiques commerciales.
- Les élèves font preuve d'empathie à l'égard de points de vue multiples afin de mieux comprendre les consommateurs, les marchés, les lieux de travail, les équipes et les collègues.
- Les élèves entrent en contact avec les autres en utilisant des compétences et des pratiques appropriées, efficaces et éthiques sur le lieu de travail afin de s'engager de manière respectueuse avec les autres, à la fois en personne et dans des contextes numériques.
- Les élèves explorent les opportunités où les entreprises et le commerce peuvent contribuer au bien-être des individus, des communautés et des systèmes plus larges.
- Les élèves analysent le rôle des entreprises dans la société et travaillent avec d'autres pour trouver des solutions équitables afin de soutenir la diversité, l'inclusion et les droits de l'homme.
- Les élèves font des choix éthiques dans leurs décisions économiques et commerciales.



## La connaissance de soi

---

**La connaissance de soi en commerce appliqué** implique la prise de conscience des forces, des dons et des défis personnels en relation avec les systèmes commerciaux mondiaux et locaux. Elle permet de découvrir et de réfléchir à l'engagement personnel de l'apprenant, à ses attitudes, à ses points forts et à sa planification future pour devenir un apprenant tout au long de sa vie.

- Les élèves explorent leur identité de consommateur ou de producteur, de leader ou de suiveur, de patron ou d'employé afin de découvrir leurs forces, leurs valeurs, leurs besoins et leurs objectifs.
- Les élèves identifient l'impact que le système économique et les environnements de travail peuvent avoir sur la façon dont chacun se perçoit et sur les rôles qu'il joue dans la société.
- Les élèves utilisent des compétences et des pratiques professionnelles pour améliorer l'autorégulation, le confort personnel, le sentiment d'être et l'efficacité.
- Les élèves, individuellement et avec le soutien d'autres personnes, réfléchissent à leurs contributions, expériences et identités de rôle par le biais de diverses expériences d'apprentissage.
- Les élèves reconnaissent et saisissent les opportunités de développement personnel et professionnel et se fixent des objectifs de croissance pour élargir leur expérience.
- Les élèves créent un plan de carrière qui reflète leurs forces et leurs intérêts.
- Les élèves valorisent et pratiquent la résilience lorsqu'ils travaillent sur des erreurs et surmontent des obstacles.
- Les élèves modifient et adaptent leur planification lorsqu'ils sont confrontés à des obstacles ou à de nouvelles informations.
- Les élèves sont préparés, indépendants et confiants dans la prise de décision concernant leur parcours futur.



## La collaboration

---

**La collaboration en commerce appliqué** implique la définition d'objectifs communs et la contribution des forces individuelles et collectives, des attributs et des compétences uniques. L'apprentissage sera élargi par le partage de perspectives, de compréhension et d'expériences.

- Les élèves accueillent des points de vue, des expériences et des visions du monde différents et accueillent aussi la manière dont ils contribuent à l'établissement de relations et de pratiques commerciales.
- Les élèves s'appuient sur les idées des autres en discutant et en partageant des histoires, des modèles et des simulations, et intègrent cet apprentissage dans leur pratique.

- Les élèves reconnaissent et apprécient l'importance des contributions de chacun en fonction de leurs compétences et de leurs talents.
- Les élèves posent des questions à eux-mêmes et aux autres afin de générer de nouvelles idées et d'approfondir leur compréhension.
- Les élèves surmontent les différences et montrent une volonté de compromis ou de changement de perspective en faisant preuve d'une résolution efficace des conflits et d'une étiquette et de protocoles commerciaux appropriés.
- Les élèves travaillent dans un environnement d'équipe en utilisant des formats traditionnels et numériques pour coconstruire, concevoir et gérer des projets commerciaux.
- Les élèves s'engagent à jouer leur rôle dans des objectifs, des projets ou des tâches communs en utilisant des compétences professionnelles et en prenant des décisions éthiques.



## La communication

---

**La communication en commerce appliqué** implique de gérer les messages de manière claire et compréhensible dans divers contextes et d'établir des liens significatifs et utiles dans le monde des affaires et du commerce.

- Les élèves utilisent le langage et la terminologie des affaires tout en faisant preuve d'une étiquette et de protocoles appropriés.
- Les élèves choisissent les moyens de communication commerciale appropriés en tenant compte de l'auditoire et de l'objectif.
- Les élèves comprennent comment leurs mots et leurs actions façonnent leur identité ou ont un impact.
- Les élèves explorent les messages persuasifs et l'éthique dans le marketing et la communication d'entreprise.
- Les élèves comprennent les protocoles et les pratiques commerciales et les utilisent pour comprendre et interpréter les messages.
- Les élèves utilisent une variété de conventions commerciales pour comprendre et engager les autres dans des conversations professionnelles et informatives.
- Les élèves considèrent et contextualisent la façon dont les perspectives peuvent influencer les styles et la portée des modèles d'affaires.
- Les élèves approfondissent le sens en incorporant le langage des affaires et du commerce dans leur apprentissage.
- Les élèves établissent des liens et nouent des relations dans la communauté des affaires, à la fois en personne et dans des contextes numériques.
- Les élèves reconnaissent l'importance/l'impact de la communication dans la compréhension des dimensions communautaires, la constitution d'équipes et le travail en réseau.



## Apprentissages durables

### Innovation

La pensée critique, créative et innovante contribue à la réussite dans divers contextes.

### Technologie

La sélection et l'utilisation efficace des technologies actuelles et émergentes sont importantes pour réussir dans le monde des affaires.

### Normes

La prise en compte des normes éthiques et juridiques est essentielle pour la sécurité et la viabilité dans le commerce appliqué.

### Communication

Une communication efficace est essentielle pour réussir dans le commerce appliqué.

### Tendances et modèles

L'analyse des tendances historiques et des modèles émergents peut être une source importante d'innovation dans le commerce appliqué.

### Compétences en matière d'employabilité

Le développement des compétences d'employabilité nécessaires à la réussite dans diverses carrières contribuera à guider les choix personnels en matière d'orientation professionnelle.

La création d'entreprises financièrement durables dépend de la compréhension de pratiques commerciales saines et de l'influence des valeurs, de la culture et de l'impact sur l'environnement.

# Apprentissages

## But 1 Faire preuve de réflexion critique, créative et innovatrice.

RAG 1.1 Faire preuve de réflexion critique, créative et innovatrice.

- 11.1.1.1** Formuler des questions pour susciter de nouvelles idées.
- 11.1.1.2** Évaluer l'information et les perspectives liées au processus de réflexion.
- 11.1.1.3** Étudier les tendances et les liens relatifs à la réflexion critique, créative et innovatrice.

## But 2 Employer les technologies modernes et nouvelles utilisées dans le secteur commercial et dans l'industrie.

RAG 2.1 Employer les technologies modernes et nouvelles utilisées dans le secteur commercial et dans l'industrie.

- 11.2.1.1** Évaluer les technologies modernes appropriées à des fins d'utilisation dans le secteur commercial et dans l'industrie.
- 11.2.1.2** Utiliser les technologies modernes appropriées employées dans le secteur commercial et dans l'industrie.
- 11.2.1.3** Discerner et utiliser la technologie dans des tâches particulières pour améliorer la productivité et l'efficacité.
- 11.2.1.4** Adopter un plan d'action pour utiliser les nouvelles tendances technologiques.

RAG 2.2 Démontrer une bonne connaissance des traces numériques.

- 11.2.2.1** Analyser l'incidence de ses propres traces numériques.

## But 3 Démontrer des compétences en communication d'entreprise.

RAG 3.1 Démontrer des compétences en communication d'entreprise.

- 11.3.1.1** Définir et appliquer le langage et la terminologie appropriés des affaires.
- 11.3.1.2** Faire preuve d'une bonne étiquette des affaires et de protocoles opérationnels appropriés.
- 11.3.1.3** Avoir recours à des techniques de résolution de conflits.
- 11.3.1.4** Produire des documents commerciaux.
- 11.3.1.5** Présenter des informations et des idées.



## But 4 Faire preuve de compréhension des normes éthiques et juridiques.

---

RAG 4.1 Faire preuve de compréhension des normes éthiques et juridiques.

**11.4.1.1** Faire la distinction entre l'éthique et les pratiques commerciales légales.

**11.4.1.2** Passer en revue les stratégies commerciales éthiques.

**11.4.1.3** Passer en revue des lois, des codes et des règlements touchant le commerce de détail.

## But 5 Discerner les influences historiques et les nouvelles tendances comme sources novatrices pour les entreprises.

---

RAG 5.1 Discerner les influences historiques comme sources novatrices pour les entreprises.

**11.5.1.1** Décrire les influences historiques sur l'évolution du commerce de détail.

RAG 5.2 Analyser les nouvelles tendances dans le monde des affaires.

**11.5.2.1** Discerner les nouvelles tendances dans le domaine du commerce de détail.

**11.5.2.2** Analyser les nouvelles tendances dans le domaine du commerce de détail.

**11.5.2.3** Prévoir les tendances dans le domaine du commerce de détail.

## But 6 Démontrer une bonne connaissance de la viabilité en affaires.

---

RAG 6.1 Démontrer une bonne connaissance de la viabilité en affaires.

**11.6.1.1** Démontrer des pratiques de viabilité humaine en tenant compte de la viabilité financière et environnementale.

**11.6.1.2** Démontrer des pratiques environnementales durables en tenant compte de la viabilité humaine et financière.

**11.6.1.3** Démontrer des pratiques financières viables en tenant compte de la viabilité humaine et environnementale.



## But 7 Faire preuve de compréhension de l'incidence de la culture et de la diversité sur les entreprises.

---

RAG 7.1 Faire preuve de compréhension de l'incidence de la culture et de la diversité sur les entreprises.

**11.7.1.1** Réfléchir à l'incidence de la culture sur les décisions opérationnelles, pouvant comprendre les éléments suivants :

- les buts à court et à long terme;
- les valeurs;
- le mode de vie;
- la structure familiale;
- les données démographiques.

**11.7.1.2** Étudier les perspectives des Premières Nations, des Métis et des Inuits et leurs rapports avec le monde des affaires.

## But 8 Décrire et démontrer des compétences favorisant l'employabilité.

---

RAG 8.1 Décrire et démontrer des compétences favorisant l'employabilité.

**11.8.1.1** Démontrer une aptitude à lire et à écrire, à utiliser des documents, à travailler avec des chiffres, à communiquer verbalement, à utiliser la technologie, à apprendre de façon continue et à exercer un esprit critique.

**11.8.1.2** Témoigner d'une attitude et de comportements positifs, de responsabilité, d'adaptabilité et de pratiques de travail sécuritaires.

**11.8.1.3** Démontrer une aptitude en matière de gestion du temps et de ponctualité.

**11.8.1.4** Démontrer la capacité de travailler en groupe et de participer à des projets et à des tâches.

## But 9 Explorer des occasions d'apprentissage et des perspectives de carrière.

---

RAG 9.1 Explorer des occasions d'apprentissage et des perspectives de carrière.

**11.9.1.1** Explorer des occasions d'apprentissage et des perspectives de carrière liées au commerce de détail.

**11.9.1.2** Explorer des occasions d'apprentissage et des perspectives de carrière liées au commerce du détail qui s'offrent dans la communauté francophone.

## But 10 Analyser le rôle des entreprises dans la société.

---

RAG 10.1 Analyser le rôle des entreprises dans la société.

**11.10.1.1** Analyser le rôle du commerce de détail.

## But 11 Faire preuve de compréhension des concepts et des principes du commerce de détail.

---

RAG 11.1 Faire preuve de compréhension du commerce de détail.

**11.11.1.1** Définir le commerce de détail.

**11.11.1.2** Étudier les besoins et les désirs des consommateurs.

**11.11.1.3** Discuter de l'incidence des théories de comportement du consommateur sur les décisions liées au commerce du détail dont les suivantes :

- le cycle d'acquisition chez le consommateur;
- le taux d'adoption;
- le cycle de vie d'une famille.

**11.11.1.4** Discerner les types de détaillants dont les suivants :

- les magasins indépendants;
- les magasins à succursales;
- les groupes de magasins;
- les fabricants de magasins au détail;
- les commerces franchisés;
- les commerces numériques;
- les commerces de détail hors magasin (vendeurs ambulants, télémagasinage, boutiques éphémères).

**11.11.1.5** Relever les ressemblances et les différences entre les types de propriété d'entreprises dont les suivants :

- les entreprises à propriétaire unique;
- les partenariats;
- les coopératives;
- les sociétés.

**11.11.1.6** Relever les ressemblances et les différences entre les types d'organismes dont les suivants :

- à but lucratif;
- à but non lucratif;
- de charité.



**11.11.1.7** Analyser les facteurs externes qui influencent un commerce de détail dont les suivants :

- la concurrence (directe et indirecte);
- l'économie;
- la politique;
- les tendances culturelles;
- les progrès de la technologie;
- le changement climatique.

**11.11.1.8** Évaluer un point de commerce au détail en fonction des éléments du choix de site dont les suivants :

- l'accessibilité;
- la visibilité;
- les coûts;
- le stationnement.

**11.11.1.9** Classer les marchandises pour déterminer les stratégies de ventes au détail appropriées dont les suivantes :

- la commodité;
- le magasinage;
- la spécialisation;
- les biens non souhaités.

## RAG 11.2 Faire preuve de compréhension de la gestion des stocks.

**11.11.2.1** Discerner et analyser le cycle de vie des produits et l'incidence sur les stratégies de commerce de détail.

**11.11.2.2** Analyser les systèmes de gestion des stocks dont les suivants :

- le système de gestion des stocks périodique (physique);
- le système de gestion des stocks permanente;
- le système de rotation des stocks.

**11.11.2.3** Repérer et évaluer les fournisseurs afin de prendre des décisions d'achat.

**11.11.2.4** Élaborer un plan d'achat de marchandises pouvant comprendre les éléments suivants :

- une estimation des stocks d'ouverture et de fermeture;
- la quantité de réapprovisionnement;
- les coûts de stockage.



## RAG 11.3 Faire preuve de compréhension de la détermination des prix.

### **11.11.3.1** Calculer et expliquer :

- le coût par opposition au prix;
- les coûts indirects;
- les taxes;
- le coût des marchandises vendues;
- l'évaluation des stocks;
- les remises;
- le seuil de rentabilité;
- à but lucratif;
- les majorations et les réductions de prix.

### **11.11.3.2** Déterminer les facteurs qui influencent les prix dont les suivants :

- la concurrence;
- l'offre et la demande;
- la part de marché;
- l'économie.

### **11.11.3.3** Faire preuve de compréhension des stratégies de détermination des prix dont les suivantes :

- les majorations et les réductions de prix;
- les programmes de fidélisation;
- les produits d'appel;
- la tarification élevée;
- la tarification des groupes de services;
- la tarification psychologique.

### **11.11.3.4** Déterminer le prix des marchandises en fonction des éléments suivants :

- la stratégie de détermination des prix;
- le coût des marchandises vendues;
- les coûts indirects;
- les objectifs de vente.

### **11.11.3.5** Préparer les documents suivants :

- un état des résultats;
- un rapport quotidien des ventes;
- un rapport sur les stocks.



**11.11.3.6** Évaluer les différentes méthodes de paiement et leurs coûts associés pour le détaillant dont les suivantes :

- les cartes de crédit;
- les cartes de débit;
- les programmes de fidélisations;
- les paiements virtuels.

RAG 11.4 Faire preuve de compréhension du service à la clientèle.

**11.11.4.1** Déterminer la relation entre le service à la clientèle et la fidélisation de la clientèle.

**11.11.4.2** Recenser les éléments du service à la clientèle dont les suivants :

- l'établissement de bonnes relations;
- l'environnement en magasin;
- les options relatives aux marchandises;
- les présentoirs de marchandises;
- les politiques du détaillant (retours, échanges, notes de crédit du magasin, plaintes).

RAG 11.5 Faire preuve de compréhension des techniques de vente.

**11.11.5.1** Mettre en œuvre des techniques de vente dont les suivantes :

- la vente personnelle;
- le modèle AIDA (attention, intérêt, désir, action);
- le pousser-tirer.

**11.11.5.2** Créer du matériel de promotion complémentaire aux stratégies de ventes au détail dont les éléments suivants :

- la promotion des ventes;
- la publicité;
- la vente personnelle;
- le marketing direct;
- les relations publiques.



RAG 11.6 Faire preuve de compréhension de l'image, de l'aménagement et de la conception des magasins.

- 11.11.6.1** Expliquer l'importance de l'image, de l'aménagement et de la conception des magasins et du merchandising visuel.
- 11.11.6.2** Évaluer les éléments de l'image des magasins dont les suivants :
- les associés aux ventes;
  - l'éclairage;
  - la conception et l'aménagement;
  - les couleurs et le décor;
  - les senteurs;
  - la musique.
- 11.11.6.3** Évaluer ou faire la critique de divers aménagements de magasins dont les suivants :
- la circulation;
  - la sécurité et la protection contre le vol;
  - la sécurité de la clientèle et du personnel;
  - les étalages de marchandises; les lois et les règlements.
- 11.11.6.4** Relever les ressemblances et les différences entre divers agencements d'étalage de marchandises dont les suivants :
- la répétition;
  - l'agencement en zig-zag;
  - la pyramide;
  - l'agencement en escalier;
  - les étalages aux points de vente;
  - le placement des produits.
- 11.11.6.5** Élaborer un plan de magasin de détail pouvant comprendre les éléments suivants :
- la circulation;
  - la sécurité et la protection contre le vol;
  - la sécurité de la clientèle et du personnel;
  - les étalages de marchandises;
  - les étalages;
  - le décor et l'ambiance du magasin (l'éclairage, la musique, les senteurs, les couleurs);
  - la nécessité et la fonctionnalité de l'équipement.



RAG 11.7 Faire preuve de compréhension de la gestion des ressources humaines.

**11.12.7.1** Élaborer des stratégies en ressources humaines dont les suivantes :

- le recrutement et le renvoi du personnel;
- la formation, l'accompagnement et le mentorat;
- la gestion des horaires de travail;
- la dotation en personnel;
- la supervision et l'évaluation;
- les conflits en milieu de travail;
- la satisfaction et la motivation des employés;
- les politiques visant les employés.

RAG 12.8 Appliquer les principes et les concepts du commerce de détail à une entreprise.

**11.12.8.1** Appliquer les principes et les concepts du commerce de détail à une entreprise dont les suivants :

- le magasin de l'école (soit virtuel ou physique);
- les caisses populaires et les « credit unions »;
- les boutiques éphémères;
- les simulations;
- les événements ou activités scolaires;
- les partenariats communautaires.

## Ressources pour la mise en œuvre des programmes d'études

Des ressources pour la mise en œuvre des programmes d'études sont fréquemment ajoutées. Veuillez vous référer à [https://www.edu.gov.mb.ca/m12/cadre/technologie/commerce/ressources/11e\\_annee.html](https://www.edu.gov.mb.ca/m12/cadre/technologie/commerce/ressources/11e_annee.html) pour voir les ressources clés particulières à cette ressource.