

Le curriculum de l'Ontario
11^e et 12^e année

RÉVISÉ

Affaires et commerce

2006

[Modifié en février 2007]



Table des matières

Introduction	5
Les écoles secondaires au XXI ^e siècle	5
L'école de langue française	5
La place du programme-cadre d'affaires et commerce dans le curriculum	6
Le rôle de l'élève	7
Le rôle des parents	8
Le rôle de l'enseignante ou l'enseignant	8
Le rôle de la directrice ou du directeur d'école	9
Organisation du programme-cadre d'affaires et commerce	10
Les cours offerts	10
Les cours donnant droit à des demi-crédits	13
Les domaines d'études, les attentes et les contenus d'apprentissage	14
Les habiletés de la pensée et de la recherche	14
Les concepts fondamentaux en affaires et commerce	15
Évaluation du rendement de l'élève	17
Le processus d'évaluation du rendement de l'élève	17
La grille d'évaluation du rendement	18
La communication du rendement	22
Considérations concernant la planification du programme	23
Les stratégies d'enseignement et d'apprentissage	23
L'importance de l'actualité	24
Le programme d'affaires et commerce pour l'élève en difficulté	24
L'élève des programmes d'actualisation linguistique en français et de perfectionnement du français	26
L'éducation antidiscriminatoire dans le programme d'affaires et commerce	26
La littératie et la numératie	27
La place des technologies en affaires et commerce	28

An equivalent publication is available in English under the title
The Ontario Curriculum, Grades 11 and 12: Business Studies, 2006.

Cette publication est postée dans le site Web du ministère de
l'Éducation à l'adresse suivante : www.edu.gov.on.ca.

Les itinéraires d'études et les programmes menant à la Majeure haute spécialisation	28
Le programme d'orientation et de formation au cheminement de carrière	29
Le Passeport-compétences de l'Ontario et les compétences essentielles	29
L'éducation coopérative et autres expériences en milieu de travail	29
La santé et la sécurité	30
Commerce international	31
Aperçu	31
Domaines d'études	31
<i>Cours :</i>	
Principes de commerce international, 12 ^e année, cours préuniversitaire/précollégial (BBB4M)	32
Introduction au commerce international, 12 ^e année, cours préemploi (BBB4E)	40
Comptabilité	47
Aperçu	47
Domaines d'études	47
<i>Cours :</i>	
Introduction à la comptabilité financière, 11 ^e année, cours préuniversitaire/précollégial (BAF3M)	48
Introduction à la comptabilité, 11 ^e année, cours préemploi (BAI3E)	54
Principes de comptabilité financière, 12 ^e année, cours préuniversitaire/précollégial (BAT4M)	59
Comptabilité de la petite entreprise, 12 ^e année, cours préemploi (BAN4E)	64
Entrepreneuriat	69
Aperçu	69
Domaines d'études	69
<i>Cours :</i>	
Introduction à l'entrepreneuriat, 11 ^e année, cours précollégial (BDI3C)	70
Esprit entrepreneurial, 11 ^e année, cours ouvert (BDP3O)	77
Entrepreneuriat : planification d'une entreprise, 12 ^e année, cours précollégial (BDV4C)	84
Gestion	90
Aperçu	90
Domaines d'études	90
<i>Cours :</i>	
Principes de gestion, 12 ^e année, cours préuniversitaire/précollégial (BOH4M)	91
Gestion d'une entreprise, 12 ^e année, cours préemploi (BOG4E)	97

Marketing	104
Aperçu	104
Domaines d'études	104
Cours :	
Principes de marketing, 11 ^e année, cours précollégial (BMI3C)	105
Marketing de la vente au détail et des services, 11 ^e année, cours préemploi (BMX3E)	113
Technologies de l'information et de la communication	121
Aperçu	121
Domaines d'études	121
Cours :	
Technologies de l'information et de la communication : environnement informatisé, 11 ^e année, cours ouvert (BTA3O)	122
Technologies de l'information et de la communication : solutions multimédias, 12 ^e année, cours précollégial (BTX4C)	128
Technologies de l'information et de la communication en milieu de travail, 12 ^e année, cours préemploi (BTX4E)	133

Introduction

Le présent document *Le curriculum de l'Ontario, 11^e et 12^e année – Affaires et commerce, édition révisée, 2006* est destiné aux écoles de langue française; il remplace le document intitulé *Le curriculum de l'Ontario, 11^e et 12^e année – Affaires et commerce, 2000*. À compter de septembre 2006, tout le programme d'affaires et commerce, de 11^e et 12^e année, sera fondé sur les attentes et les contenus d'apprentissage énoncés dans les pages suivantes.*

Les écoles secondaires au XXI^e siècle

L'objectif des écoles secondaires de l'Ontario consiste à favoriser un apprentissage d'excellente qualité, tout en donnant aux élèves la possibilité de choisir un programme qui correspond à leurs compétences et à leurs intérêts. La mise à jour du curriculum de l'Ontario, de pair avec un élargissement des options d'apprentissage offertes à l'extérieur de la salle de classe, permettra aux élèves de mieux adapter leur expérience scolaire à leurs besoins au palier secondaire et améliorera ainsi leurs perspectives de réussite, autant à l'école que dans la vie en général.

L'école de langue française

À l'école secondaire de langue française, cet apprentissage de qualité se déroule dans un environnement propice à la quête de l'identité francophone. En effet, s'éveiller et s'ouvrir à la francophonie, prendre conscience de ses enjeux, identifier ses caractéristiques, s'y engager avec fierté et contribuer à la vitalité de ses institutions, tout cela correspond sans aucun doute à la plus-value de l'apprentissage proposé.

C'est dans cet esprit que, conformément à la *Politique d'aménagement linguistique de l'Ontario pour l'éducation en langue française, 2004* et au mandat de l'école de langue française qu'elle soutient, le personnel scolaire doit tenir compte des attentes génériques suivantes :

- *L'élève utilise la langue française et l'ensemble des référents culturels pour exprimer sa compréhension, synthétiser l'information qui lui est communiquée et s'en servir dans différents contextes.*
- *L'élève utilise sa capacité à communiquer oralement en français pour explorer ses propres idées, les cerner, les organiser et les partager tout en s'inspirant de ses échanges avec les autres.*

Lors de la planification des activités d'enseignement et d'apprentissage, le personnel enseignant de l'école conçoit des interventions en aménagement linguistique qui réunissent les conditions favorables à la création d'un espace francophone respectueux du dynamisme et du pluralisme de la communauté et qui contrent les effets négatifs du contexte anglo-dominant sur la réussite des élèves. De cette manière, l'école devient un milieu de bilinguisme additif qui permet d'acquérir de solides compétences langagières en français à l'oral et à l'écrit. Elle invite les élèves à prendre conscience des avantages à maîtriser les deux langues officielles du Canada. Les élèves utilisent leur capacité à communiquer oralement en français pour apprendre à se connaître, à construire leur identité, à apprendre avec les autres et à faire état de leurs apprentissages.

Tous les cours du programme-cadre d'affaires et commerce proposent des attentes qui permettent aux élèves de développer et de mettre en pratique leurs compétences en littératie et en numératie. Les activités d'apprentissage se déroulent continuellement en français qu'elles aient lieu à l'école

*Le présent document a été modifié le 5 février 2007 pour intégrer le changement indiqué à la page 13.

ou hors de l'école. L'enseignante ou l'enseignant incite les élèves à acquérir et à employer la terminologie française d'usage en affaires et commerce.

Puisqu'une langue sert de véhicule à la culture qui la particularise, l'école doit aussi s'assurer de créer des situations d'apprentissage qui permettront aux élèves d'affirmer leur identité comme francophones.

Construction identitaire. Les attentes des cours du programme-cadre d'affaires et commerce assurent le cheminement de l'élève aux plans personnel, interpersonnel et professionnel. En incitant les élèves à échanger sur des concepts à l'étude et à les mettre en relation avec des émotions, des valeurs et des connaissances antérieures, ils développent simultanément l'expression de la pensée et le courage d'exposer un point de vue et de le confronter à d'autres avec sagesse et tolérance. Ainsi, les attentes constituent un tremplin à partir duquel l'élève peut construire son identité tout en perfectionnant ses compétences linguistiques.

Une telle situation de communication, reprise quotidiennement dans une ambiance collégiale et respectueuse des habiletés linguistiques et des différences culturelles de chacune et chacun, contribue à rehausser l'estime de soi et à construire une identité forte et engagée.

Finalement, les expériences dans le milieu communautaire et de travail prévues dans les cours du présent document offrent d'excellentes occasions pour que l'élève s'engage dans des activités sociales, communautaires ou culturelles et consolide ses liens avec la communauté.

La place du programme-cadre d'affaires et commerce dans le curriculum

Le monde des affaires influe quotidiennement sur la vie des Canadiennes et des Canadiens, que ce soit au travail, dans les loisirs, en voyage ou dans toute situation de consommation. Les entreprises, de la petite entreprise aux sociétés multinationales, mènent l'économie, influent sur la qualité de vie, les emplois et les revenus et ont un impact sur les choix de carrière de plusieurs élèves du secondaire. Il est donc essentiel de préparer adéquatement ces derniers à relever les défis du monde des affaires avec confiance et compétence. L'élève a besoin de comprendre le fonctionnement du monde des affaires, son rôle dans la société, ses standards relativement à la main-d'œuvre et son impact sur la société et sa vie.

Le programme-cadre d'affaires et commerce établit les bases pour l'élève qui poursuivra ses études dans des domaines spécialisés tels que la gestion, le commerce international, le marketing, la comptabilité, les technologies de l'information et de la communication ou l'entrepreneuriat. Pour l'élève qui se joindra directement au marché du travail après l'obtention du diplôme d'études secondaires de l'Ontario (DESO), le présent programme-cadre fournit des occasions de perfectionner les compétences qu'on y recherche.

Le programme-cadre d'affaires et commerce a pour objectifs de permettre à l'élève :

- de comprendre les concepts d'affaires et commerce à travers l'étude de la comptabilité, de la gestion, de l'entrepreneuriat, des technologies de l'information et de la communication, du commerce international et du marketing;
- d'acquérir une connaissance générale des affaires, de l'économie, de la gestion financière et de la littératie numérique;
- d'acquérir les habiletés et les stratégies requises pour faire des recherches et en communiquer les résultats avec exactitude et efficacité, tout en se conformant à l'éthique;

- d'appliquer les connaissances et les attitudes acquises grâce aux cours d'affaires et commerce à une large gamme de tâches d'apprentissage et d'établir des liens avec les activités économiques à l'échelle locale, nationale et internationale;
- de perfectionner des habiletés à s'adapter à l'évolution de la technologie, du milieu de travail et de l'économie mondiale, qui lui serviront toute sa vie;
- de faire des rapprochements qui lui permettront de profiter des possibilités d'emploi, de l'éducation postsecondaire et des occasions d'affaires.

Ces objectifs peuvent être atteints par des activités d'apprentissage qui combinent l'acquisition des connaissances et l'application des habiletés dans un contexte concret et pratique.

Pour s'engager dans le monde des affaires, il faut pouvoir comprendre les gens et les communautés, évaluer leurs besoins et leurs problèmes et trouver des solutions. Par conséquent, les cours d'affaires et commerce font souvent appel à d'autres disciplines et appliquent des concepts et des habiletés connexes. Par exemple, il existe un lien étroit entre le marketing et les communications, entre l'entrepreneuriat et l'éducation technologique, entre le commerce international et l'étude de l'histoire, de la géographie et de la culture à l'échelle internationale, entre la gestion et les sciences humaines et sociales. L'élève pourra également transférer les connaissances et les habiletés acquises en affaires et commerce à l'étude de plusieurs disciplines telles que l'éducation technologique, les mathématiques, les sciences et les langues.

La création d'un cours interdisciplinaire sera possible en combinant l'étude d'une matière en affaires et commerce à celle d'une ou de plusieurs matières enseignées dans d'autres disciplines. Les politiques et procédures applicables à cet égard sont présentées dans un programme-cadre distinct régissant l'élaboration des cours interdisciplinaires (*Le curriculum de l'Ontario, de la 9^e à la 12^e année – Études interdisciplinaires, 2002*).

Le programme de 11^e et 12^e année donne à l'élève la possibilité de se concentrer sur les domaines des affaires qui l'intéressent le plus. Les deux cours d'affaires et commerce offerts en 9^e et 10^e année constituent une introduction générale au monde des affaires. Ayant ainsi fait, en 9^e et 10^e année, un survol des principaux secteurs en affaires et commerce, soit le commerce international, la comptabilité, l'entrepreneuriat, la gestion, le marketing et les technologies de l'information et de la communication, l'élève peut choisir parmi un éventail de cours plus spécialisés en 11^e et 12^e année, selon ce qui répond le mieux à ses besoins et à ses intérêts particuliers. Les cours de 11^e et 12^e année la ou le préparent au monde du travail, à des programmes de formation ou à des études postsecondaires en affaires et commerce.

Le rôle de l'élève

L'élève est responsable de son apprentissage. Il lui faut donc consacrer le temps nécessaire à ses travaux scolaires et fournir l'effort pour mener ses études à terme. C'est en prenant conscience de ses progrès et du développement de ses habiletés que l'élève trouvera la motivation pour poursuivre ses apprentissages. Certains élèves, en dépit de leurs efforts, éprouveront cependant des difficultés. Pour réussir, ces élèves devront pouvoir compter sur l'attention et l'encouragement du personnel enseignant et, dans certains cas, sur un soutien supplémentaire. Toutefois, apprendre à réfléchir à ses apprentissages, à en assumer la responsabilité et à être l'artisan de son succès doit faire partie de l'éducation de tout élève.

La maîtrise des concepts et des habiletés propres au programme d'affaires et commerce requiert de la part de l'élève un engagement sincère envers l'étude et le travail, et le développement d'habiletés appropriées. L'élève devrait saisir toutes les occasions possibles en dehors de la classe

pour approfondir sa compréhension des sujets à l'étude. Par exemple, elle ou il peut s'intéresser aux actualités liées au monde des affaires, explorer les liens entre les concepts économiques étudiés et son vécu et appliquer, là où il y a lieu, les étapes de la résolution de problèmes.

Le rôle des parents

Le rôle des parents¹ dans l'éducation de leur enfant s'articule principalement autour des axes suivants : connaître le curriculum, accompagner leur enfant dans son apprentissage, faire du foyer un milieu d'apprentissage et un lieu d'épanouissement culturel.

Connaître le curriculum. L'élève a tendance à fournir un meilleur rendement scolaire lorsque ses parents s'intéressent à ses études. S'ils se familiarisent avec les programmes-cadres du curriculum, les parents sauront quelles sont les connaissances, les habiletés et les compétences que leur enfant doit acquérir chaque année. Ils pourront mieux suivre les progrès scolaires de leur enfant et en discuter en connaissance de cause. Cela leur permettra aussi de collaborer plus étroitement avec l'enseignante ou l'enseignant en vue d'améliorer son rendement scolaire.

Accompagner leur enfant dans son apprentissage. Les parents peuvent manifester leur intérêt pour l'apprentissage de leur enfant de bien des façons, par exemple, en l'encourageant à faire ses travaux, en assistant aux réunions de parents ou en s'assurant que l'enfant dispose d'un endroit pour faire ses travaux. Comme l'apprentissage de leur enfant se fait en français, il est important que les parents valorisent l'acquisition de bonnes compétences langagières en français. Pour ce qui est du présent programme-cadre, ils peuvent encourager leur enfant à s'intéresser à l'actualité et à se poser des questions sur ce qui l'entoure, de façon à développer son jugement critique. Ils peuvent aussi l'encourager à assumer ses responsabilités en matière de citoyenneté et à se tailler une place dans la communauté francophone de l'Ontario.

Faire du foyer un milieu d'apprentissage. Les parents peuvent encourager leur enfant à participer à des activités qui élargiront ses horizons et enrichiront sa compréhension du monde, qu'il s'agisse de lui faire prendre conscience du rôle du monde des affaires dans sa vie ou de l'inciter à développer son sens des affaires et du commerce. Il importe aussi que les parents présentent le monde des affaires sous un jour favorable afin de susciter chez leur enfant le goût de se lancer éventuellement en affaires.

Faire du foyer un lieu d'épanouissement culturel. L'appui des parents est essentiel pour favoriser chez leur enfant le développement de l'identité francophone. Le fait de parler français à la maison, de prévoir des activités culturelles et récréatives en français, d'offrir des ressources en français à l'enfant renforcera le travail éducatif accompli à l'école de langue française. Cela aidera l'enfant à mieux réussir à l'école et à se lier plus étroitement à la culture d'expression française.

Le rôle de l'enseignante ou l'enseignant

Le rôle de l'enseignante ou l'enseignant s'articule autour de trois axes : créer un milieu d'apprentissage convivial pour l'élève, lui proposer des activités pertinentes, faire de l'aménagement linguistique en français une priorité.

1. Dans le présent document, le terme *parents* désigne aussi les tutrices et tuteurs.

Créer un milieu d'apprentissage convivial pour l'élève. L'enseignante ou l'enseignant a pour tâche d'élaborer une gamme de stratégies d'enseignement et d'évaluation fondées sur une pédagogie éprouvée. Il lui faut concevoir des stratégies qui tiennent compte des différents styles d'apprentissage et les adapter pour répondre aux divers besoins de ses élèves. Ces stratégies devraient aussi viser à insuffler à chaque élève le désir d'apprendre et la ou le motiver à donner son plein rendement.

Proposer des activités pertinentes pour l'élève. L'enseignante ou l'enseignant fait des liens entre la théorie et la pratique et conçoit des activités fondées sur un apprentissage actif. En misant sur le connu et le concret, elle ou il amènera l'élève à découvrir et à intégrer les concepts à l'étude par l'entremise du questionnement, de la recherche, de l'observation et de la réflexion. L'enseignante ou l'enseignant l'encouragera à situer ces concepts dans un contexte qui lui permettra d'en voir clairement la pertinence et l'application dans le monde qui l'entoure.

Faire de l'aménagement linguistique en français une priorité. La qualité de la langue utilisée est garante de la qualité des apprentissages. Il importe donc qu'en salle de classe, on attache la plus grande importance à la qualité de la communication orale et écrite, quelle que soit l'activité d'apprentissage. Il ne s'agit pas de tout corriger, mais plutôt d'encadrer l'élève dans le processus de production orale et écrite, afin qu'elle ou il puisse transmettre clairement ses idées. Il faut offrir à l'élève un milieu linguistique cohérent, où tout contribue à enrichir ses compétences en français. Il est donc essentiel que l'élève dispose de diverses ressources d'apprentissage en français.

Le rôle de la directrice ou du directeur d'école

De concert avec des intervenantes et intervenants, la directrice ou le directeur d'école prendra les mesures nécessaires pour fournir la meilleure expérience scolaire possible à tous les élèves, y compris aux élèves moins performants et aux élèves en difficulté. La directrice ou le directeur d'école veille à ce que le curriculum de l'Ontario soit mis en œuvre dans sa totalité dans toutes les classes et à ce que des ressources appropriées soient mises à la disposition des élèves et du personnel enseignant. Il lui appartient de concevoir des mesures pour appuyer l'épanouissement d'une culture d'expression française, en conformité avec la politique d'aménagement linguistique du conseil scolaire. À cet égard, la directrice ou le directeur d'école travaille en collaboration avec des intervenantes et intervenants pour créer une communauté apprenante, qui constituera un milieu communautaire où il fait bon vivre et apprendre en français. La direction encouragera également la participation du personnel enseignant aux activités de perfectionnement professionnel afin de favoriser l'excellence de l'enseignement.

La directrice ou le directeur d'école a la responsabilité de s'assurer que l'élève qui a un plan d'enseignement individualisé (PEI) obtient les adaptations et les changements décrits dans son PEI. Il lui incombe aussi de voir à l'élaboration, à la mise en œuvre et au suivi du PEI.

Organisation du programme-cadre d'affaires et commerce

Les cours offerts

Le programme-cadre d'affaires et commerce de la 9^e à la 12^e année regroupe une variété de cours ayant pour but de donner aux élèves une préparation pertinente au monde des affaires, quelle que soit leur destination : université, collège ou marché du travail. Le programme au secondaire comprend un cours d'exploration du monde des affaires et divers cours spécialisés. Les cours de technologies de l'information et de la communication visent l'acquisition d'habiletés indispensables au monde informatisé des affaires. Les cours en comptabilité et en marketing viennent enrichir la formation de l'élève en lui offrant des connaissances et des habiletés pour mieux comprendre, entre autres, les décisions financières et les stratégies de mise en marché des entreprises. Plusieurs cours en entrepreneuriat sont offerts pour éveiller l'intérêt de l'élève à la création et à l'exploitation d'entreprises ou à la possibilité de devenir entrepreneure ou entrepreneur. Des cours en gestion permettent à l'élève d'étudier les fondements de la gestion, les pratiques de leadership efficaces et les différentes fonctions d'une entreprise. Les cours de commerce international donnent une ouverture sur le monde, en présentant à l'élève des occasions d'affaires au-delà des frontières canadiennes et en lui permettant d'étudier des ententes entre le gouvernement du Canada ou certaines entreprises canadiennes et d'autres pays.

Quatre types de cours sont offerts dans le programme d'affaires et commerce, 11^e et 12^e année : les cours préuniversitaires/précollégiaux, les cours précollégiaux, les cours préemploi et les cours ouverts. L'élève choisit le type de cours selon ses intérêts, son rendement et ses objectifs postsecondaires. Les quatre types de cours sont définis de la façon suivante :

- Les **cours préuniversitaires/précollégiaux** sont conçus pour permettre à l'élève d'acquérir les connaissances et les habiletés qu'il lui faut pour satisfaire aux critères d'admission de programmes d'études particuliers offerts dans les universités et les collèges.
- Les **cours précollégiaux** sont conçus pour permettre à l'élève d'acquérir les connaissances et les habiletés qu'il lui faut pour satisfaire aux critères d'admission de la plupart des programmes d'études collégiales ou à ceux des programmes d'apprentissage ou d'autres programmes de formation professionnelle.
- Les **cours préemploi** sont conçus pour permettre à l'élève d'acquérir les connaissances et les habiletés qu'il lui faut pour répondre aux attentes des employeurs, si son intention est de se joindre au marché du travail immédiatement après l'obtention de son diplôme, ou pour satisfaire aux critères d'admission de certains programmes d'apprentissage ou d'autres programmes de formation professionnelle.
- Les **cours ouverts** sont conçus pour élargir les connaissances et les habiletés de l'élève dans des matières qui l'intéressent et qui la ou le préparent à participer de façon active et enrichissante à la société. Ils ne visent pas particulièrement à satisfaire aux exigences des universités, des collèges ni des milieux de travail.

Pour en savoir davantage sur les différents types de cours, on consultera le document complémentaire *Les écoles secondaires de l'Ontario de la 9^e à la 12^e année : préparation au diplôme d'études secondaires de l'Ontario, 1999*.

Les cours d'affaires et commerce sont optionnels, mais l'élève peut choisir un de ces cours pour satisfaire à l'exigence du crédit supplémentaire du groupe n° 2 requis pour obtenir son diplôme d'études secondaires de l'Ontario (DESO)².

Le programme-cadre d'affaires et commerce permet aux élèves de choisir un ensemble de cours qui correspond à leurs intérêts et les prépare à poursuivre leurs études dans le domaine des affaires de leur choix ou à y trouver un emploi à la fin du secondaire. Les cours d'affaires et commerce s'intègrent bien à un programme qui mène au diplôme avec une Majeure haute spécialisation (MHS). Cependant, même s'ils ne choisissent pas une carrière en affaires et commerce, en tant que consommatrices et consommateurs, les cours d'affaires et commerce leur auront procuré des notions fondamentales qui leur permettront de faire des choix et de prendre des décisions de façon éclairée.

Affaires et commerce, cours de 11^e et 12^e année

Année	Cours	Type	Code	Crédit	Préalable
Commerce international					
12 ^e année	Principes de commerce international	Préuniversitaire/ précollégial	BBB4M	1,0	Aucun
12 ^e année	Introduction au commerce international	Préemploi	BBB4E	1,0	Aucun
Comptabilité					
11 ^e année	Introduction à la comptabilité financière	Préuniversitaire/ précollégial	BAF3M	1,0	Aucun
11 ^e année	Introduction à la comptabilité	Préemploi	BAI3E	1,0	Aucun
12 ^e année	Principes de comptabilité financière	Préuniversitaire/ précollégial	BAT4M	1,0	Introduction à la comptabilité financière, 11 ^e année, cours préuniversitaire/précollégial
12 ^e année	Comptabilité de la petite entreprise	Préemploi	BAN4E	1,0	Introduction à la comptabilité, 11 ^e année, cours préemploi
Entrepreneuriat					
11 ^e année	Introduction à l'entrepreneuriat	Précollégial	BDI3C	1,0	Aucun
11 ^e année	Esprit entrepreneurial	Ouvert	BDP3O	1,0	Aucun
12 ^e année	Entrepreneuriat : planification d'une entreprise	Précollégial	BDV4C	1,0	Aucun

2. Pour satisfaire à cette exigence, l'élève a le choix d'obtenir un crédit pour un cours en éducation physique et santé, en affaires et commerce, en éducation artistique ou en éducation coopérative .

Gestion

12 ^e année	Principes de gestion	Préuniversitaire/ précollégial	BOH4M	1,0	Aucun
12 ^e année	Gestion d'une entreprise	Préemploi	BOG4E	1,0	Aucun

Marketing

11 ^e année	Principes de marketing	Précollégial	BMI3C	1,0	Aucun
11 ^e année	Marketing de la vente au détail et des services	Préemploi	BMX3E	1,0	Aucun

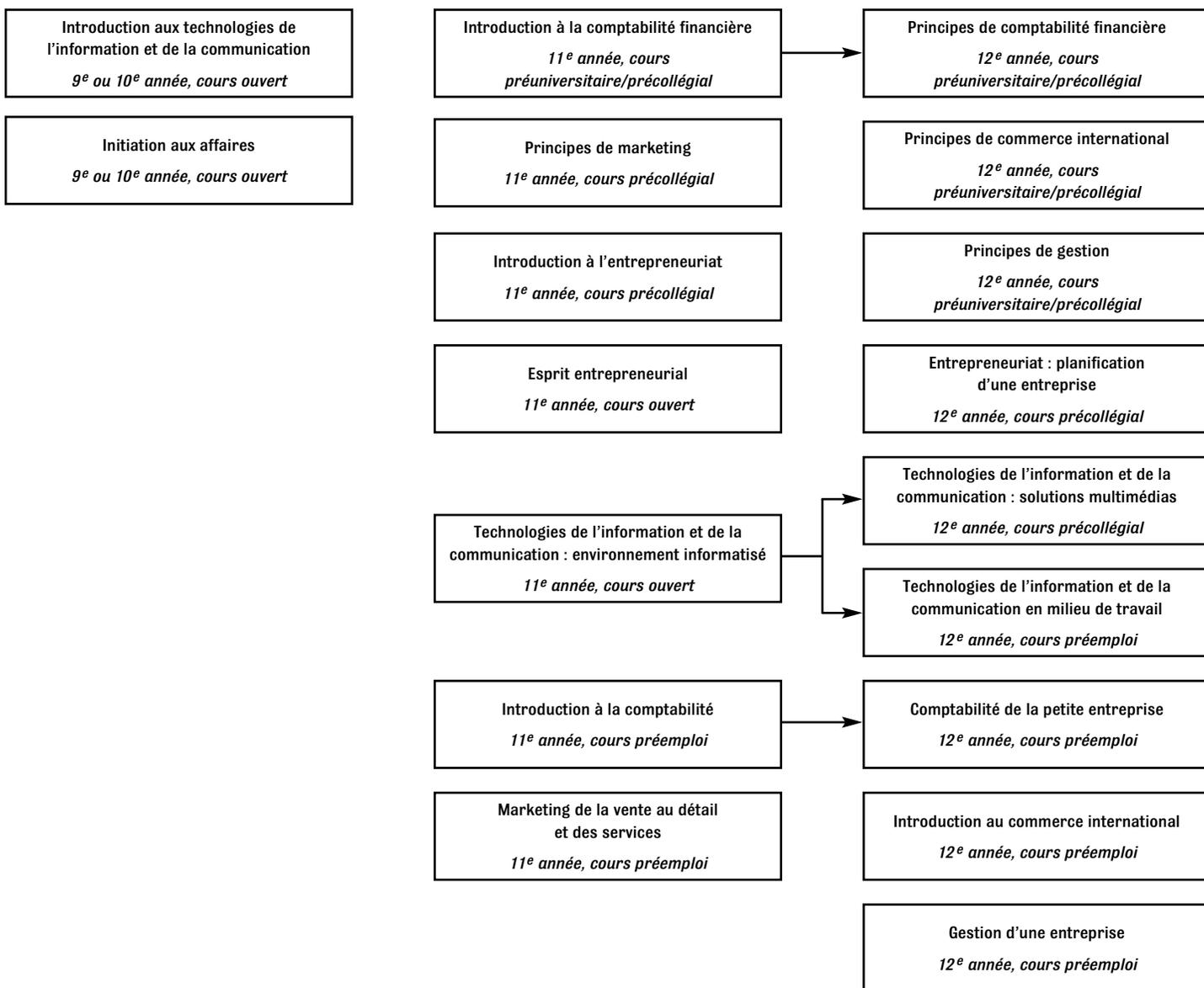
Technologies de l'information et de la communication

11 ^e année	Technologies de l'information et de la communication : environnement informatisé	Ouvert	BTA3O	1,0	Aucun
12 ^e année	Technologies de l'information et de la communication : solutions multimédias	Précollégial	BTX4C	1,0	Technologies de l'information et de la communication : environnement informatisé, 11 ^e année, cours ouvert
12 ^e année	Technologies de l'information et de la communication en milieu de travail	Préemploi	BTX4E	1,0	Technologies de l'information et de la communication : environnement informatisé, 11 ^e année, cours ouvert

N. B. : Chacun des cours ci-dessus vaut un crédit.

L'organigramme des préalables pour les cours en affaires et commerce de la 9^e à la 12^e année

Cet organigramme présente l'organisation des cours en fonction des préalables. Toutes les options de cheminement entre les cours ne sont cependant pas indiquées.



Les cours donnant droit à des demi-crédits

Les cours décrits dans le présent document ont été conçus comme des cours qui donnent droit à un crédit entier. Toutefois, *exception faite des cours préuniversitaires/précollégiaux de 12^e année*, ils peuvent être offerts sous forme de demi-cours donnant droit à des demi-crédits. [Modifié le 5 février 2007].

Les demi-cours exigent un minimum de cinquante-cinq heures d'enseignement et doivent satisfaire aux conditions suivantes :

- Les deux demi-cours élaborés à partir d'un cours donnant droit à un plein crédit doivent ensemble inclure toutes les attentes et tous les contenus d'apprentissage du cours dont ils sont tirés. Les attentes et les contenus d'apprentissage doivent être répartis entre les deux demi-cours de la meilleure façon possible pour permettre à l'élève d'acquérir les connaissances et les habiletés dans le temps alloué.

- Un cours préalable à un autre cours au palier secondaire peut aussi être offert sous forme de deux demi-cours. Cependant, l'élève doit réussir les deux demi-cours pour obtenir ce préalable. L'élève n'a pas à suivre les deux demi-cours si le cours original ne constitue pas un préalable à un cours qu'elle ou il a l'intention de suivre.
- Le titre de chaque demi-cours doit préciser Partie 1 ou Partie 2, selon le cas. La reconnaissance d'un demi-crédit (0,5) sera inscrite dans la colonne de la valeur en crédits du bulletin scolaire et du relevé de notes de l'Ontario.

Les conseils scolaires s'assureront que tous les demi-cours respectent les conditions ci-dessus et feront rapport annuellement sur tous les demi-cours au ministère de l'Éducation dans les rapports d'octobre des écoles.

Les domaines d'études, les attentes et les contenus d'apprentissage

Les cours d'affaires et commerce sont divisés en domaines d'études. Ces domaines sont propres à chaque cours et sont indiqués dans les aperçus qui introduisent les cours de chaque matière. À chaque domaine correspondent des attentes et des contenus d'apprentissage. Les attentes décrivent en termes généraux les connaissances et les habiletés que l'élève doit avoir acquises à la fin de chaque cours, tandis que les contenus d'apprentissage décrivent en détail ces connaissances et ces habiletés. L'élève démontrera sa compréhension de la matière dans son travail en classe, dans ses recherches ainsi que lors d'épreuves et d'examens qui servent à évaluer son rendement.

Les contenus d'apprentissage sont répartis en plusieurs rubriques qui portent chacune sur des aspects particuliers des connaissances et des habiletés traitées dans le cours. Cette répartition pourra aider le personnel enseignant à planifier les activités d'apprentissage. Cependant, le fait d'organiser les cours selon des domaines d'études et des rubriques ne signifie pas que les attentes et les contenus d'apprentissage d'un domaine ou d'une rubrique doivent être abordés séparément. Au contraire, le personnel enseignant est encouragé à intégrer des attentes et des contenus d'apprentissage de divers domaines d'études et rubriques lorsque cela s'applique.

Plusieurs des contenus d'apprentissage comprennent des exemples entre parenthèses. Ces exemples illustrent le type d'habileté, la portée de l'apprentissage ou le degré de complexité recherché. Ils ne sont ni obligatoires ni exhaustifs. L'enseignante ou l'enseignant pourra choisir de concentrer sa leçon sur un ou deux des exemples suggérés ou choisir d'autres exemples.

Les habiletés de la pensée et de la recherche

Dans les cours d'affaires et commerce, l'élève développe sa capacité à formuler des questions et à planifier les recherches nécessaires pour y répondre. Elle ou il apprend diverses méthodes utiles en recherche et lesquelles employer pour une recherche particulière. L'élève saura comment tirer des renseignements pertinents de sources multiples (p. ex., livres, journaux, entrevues, diagrammes, illustrations) et de sources électroniques (p. ex., vidéocassettes, cédéroms, Internet). D'une année d'études à l'autre, l'élève utilisera ces sources de manière de plus en plus précise et approfondie. Elle ou il fera la distinction entre sources primaires et sources secondaires pour déterminer leur validité et leur pertinence et pour les exploiter de manière adéquate. Ceci est particulièrement vrai en ce qui a trait aux sources électroniques.

Les concepts fondamentaux en affaires et commerce

La connaissance et la compréhension des concepts d'affaires, de commerce, de gestion et de communication sont essentielles à la planification de l'enseignement et de l'évaluation en affaires et commerce. Ces concepts sont interdépendants et complémentaires. Le tableau suivant comprend une brève définition des concepts fondamentaux et une liste des concepts qui y sont reliés.

<i>Concepts fondamentaux</i>	<i>Concepts connexes</i>	
<i>Affaires</i> : Ce concept comprend l'ensemble des activités économiques, industrielles, commerciales, financières ou agricoles assumées par un individu ou par une entreprise pour son propre compte ou pour celui d'autrui.	<ul style="list-style-type: none"> • Milieu des affaires • Entreprise • Concurrence • Achat/vente • Marché cible • Entrepreneuriat • Intrapreneuriat • Service à la clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilité sociale • Entreprise virtuelle • Plan d'affaires • Analyse financière • Initiative • Innovation • Croissance
<i>Commerce</i> : Ce concept est lié à l'ensemble des activités commerciales requises pour produire, expédier et vendre des biens et pour mettre sur pied et fournir des services.	<ul style="list-style-type: none"> • Échange commercial • Marché international • Activité économique • Relation économique • Distribution • Mondialisation • Offre et demande 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendances • Consommation • Marketing • Importation • Exportation • Actualité
<i>Gestion</i> : Ce concept se rattache à l'administration et à la direction d'une organisation et de ses diverses fonctions.	<ul style="list-style-type: none"> • Planification • Organisation • Direction • Contrôle • Ressources humaines • Motivation • Prise de décisions • Résolution de problèmes 	<ul style="list-style-type: none"> • Rigueur • Uniformité • Éthique • Évaluation • Gestion de projet • Changement • Structure organisationnelle • Leadership
<i>Communication</i> : Ce concept traite des liens entre deux ou plusieurs individus ou systèmes qui permettent des transferts ou des échanges.	<ul style="list-style-type: none"> • Logiciel d'application • Technologie de l'information et de la communication • Recherche électronique • Commerce électronique 	<ul style="list-style-type: none"> • Communication électronique • Correspondance d'affaires • Portfolio • Multimédia • Travail d'équipe

Évaluation du rendement de l'élève

Le processus d'évaluation du rendement de l'élève

L'objectif premier de l'évaluation consiste à améliorer l'apprentissage de l'élève. Les données recueillies au moyen de l'évaluation aident le personnel enseignant à cerner les points forts et les points faibles de l'élève par rapport aux attentes visées. Ces données permettent aussi au personnel enseignant d'adapter le programme et les approches pédagogiques aux besoins de l'élève et d'en évaluer l'efficacité globale.

Le processus d'évaluation consiste d'abord à recueillir des données provenant de diverses sources, notamment, les démonstrations, les projets, les activités et les tests, qui témoignent jusqu'à quel point l'élève satisfait aux attentes. L'enseignante ou l'enseignant peut donner à l'élève une rétroaction descriptive qui la ou le guidera dans ses efforts pour s'améliorer. Il s'agit ensuite de juger de la qualité du travail de l'élève en fonction des critères établis et d'y attribuer une valeur.

L'enseignante ou l'enseignant fondera l'évaluation sur les attentes du curriculum en se servant de la grille d'évaluation du programme-cadre, conformément aux consignes énoncées dans le présent document. Pour assurer la validité et la fiabilité de l'évaluation ainsi que pour favoriser l'amélioration du rendement scolaire, l'enseignante ou l'enseignant doit utiliser des stratégies d'évaluation qui :

- portent sur la matière enseignée et sur la qualité de l'apprentissage de l'élève;
- sont fondées sur la grille d'évaluation du rendement (p. 20-21), qui met en relation quatre grandes compétences et les descriptions des niveaux de rendement;
- sont diversifiées et échelonnées tout au long du cours pour donner à l'élève des possibilités suffisantes de montrer l'étendue de son apprentissage;
- conviennent aux activités d'apprentissage, aux attentes et aux contenus d'apprentissage, de même qu'aux besoins et aux expériences de l'élève;
- sont justes pour tous les élèves;
- tiennent compte des besoins de l'élève en difficulté, conformément aux stratégies décrites dans son plan d'enseignement individualisé (PEI);
- tiennent compte des besoins de l'élève inscrit au programme d'actualisation linguistique en français (ALF) ou de perfectionnement du français (PDF);
- favorisent la capacité de l'élève de s'autoévaluer et de se fixer des objectifs précis;
- reposent sur des échantillons des travaux de l'élève qui illustrent bien son niveau de rendement;
- servent à communiquer à l'élève la direction à prendre pour améliorer son rendement;
- sont communiquées clairement à l'élève et aux parents au début du cours et à tout autre moment approprié durant l'année scolaire.

Le niveau 3 de la grille d'évaluation (p. 20-21) correspond à la norme provinciale. Le rendement à ce niveau est pleinement satisfaisant. Le personnel enseignant et les parents peuvent considérer que l'élève ayant un rendement de niveau 3 sera bien préparé pour le cours suivant.

Le niveau 1, bien qu'il indique une réussite, signifie que l'élève a démontré un rendement inférieur à la norme provinciale. Le niveau 2 indique un rendement moyen qui se rapproche de la norme provinciale. Le niveau 4 signifie que le rendement de l'élève est supérieur à la norme provinciale. Cependant, cela ne veut pas dire que l'élève dépasse les attentes du cours, mais plutôt qu'elle ou il démontre une compréhension plus approfondie de la matière que l'élève dont le rendement se situe au niveau 3.

Le ministère de l'Éducation met à la disposition du personnel enseignant de la documentation qui l'aidera à améliorer ses méthodes et stratégies d'évaluation et, par conséquent, son évaluation du rendement de l'élève. Cette documentation comprend des échantillons de travaux d'élèves (appelés *copies types*) qui illustrent chacun des quatre niveaux de rendement.

La grille d'évaluation du rendement

La grille d'évaluation du rendement en affaires et commerce sera utilisée par le personnel enseignant de toute la province. Elle lui permettra de porter un jugement sur le rendement de l'élève basé sur des niveaux de rendement clairs et précis et sur des données recueillies sur une période prolongée.

L'intention de la grille d'évaluation du rendement est de :

- fournir un cadre qui couvre les attentes pour tous les cours du programme-cadre;
- guider l'enseignante ou l'enseignant lors de l'élaboration d'instruments de mesure et de grilles adaptées;
- guider l'enseignante ou l'enseignant lors de la planification de son enseignement;
- communiquer à l'élève ses points forts et ceux à améliorer;
- préciser les compétences et les critères d'après lesquels sera évalué le rendement de l'élève.

La grille porte sur les quatre **compétences** suivantes : Connaissance et compréhension, Habiletés de la pensée, Communication et Mise en application. Ces compétences couvrent l'ensemble des éléments à l'étude et des habiletés visés par les attentes et les contenus d'apprentissage. Elles sont précisées par des critères clairs et sont complémentaires les unes des autres. L'enseignante ou l'enseignant doit déterminer quelles compétences utiliser pour évaluer l'atteinte des attentes. Les compétences doivent être mesurées et évaluées de manière équilibrée tout au long du cours. De plus, il est essentiel de donner à l'élève des occasions multiples et diverses de démontrer jusqu'à quel point elle ou il a satisfait aux attentes et ce, pour chacune des quatre compétences.

Les compétences sont définies comme suit :

- La compétence **Connaissance et compréhension** est la construction du savoir propre à la discipline, soit la connaissance des éléments à l'étude et la compréhension de leur signification et de leur portée.
- La compétence **Habilités de la pensée** est l'utilisation d'un ensemble d'habiletés liées aux processus de la pensée critique et de la pensée créative. Elles comprennent les habiletés liées à la planification (p. ex., compilation des données, organisation de l'information) et au traitement de l'information (p. ex., analyse, interprétation, synthèse, évaluation). Les processus comprennent, entre autres, la résolution de problèmes, la prise de décisions et les justifications.
- La compétence **Communication** est la transmission des idées et de l'information selon différentes formes et divers moyens. L'information et les idées peuvent être transmises de façon orale (p. ex., exposés, débats), de façon écrite (p. ex., comptes rendus, rapports, lettres) et de façon visuelle (p. ex., pages Web, multimédia).
- La compétence **Mise en application** est l'application des éléments à l'étude et des habiletés dans des contextes familiers et leur transfert à de nouveaux contextes.

Dans la grille d'évaluation du rendement, une série de **critères** viennent préciser davantage chaque compétence et définissent les dimensions du rendement de l'élève qui sont évaluées. Par exemple, le premier critère sous la compétence Connaissance et compréhension est la « connaissance des éléments à l'étude (p. ex., terminologie, facteurs, stratégies, caractéristiques, procédures) ».

Les **descripteurs** permettent à l'enseignante ou à l'enseignant de poser un jugement professionnel sur la qualité du rendement de l'élève et de lui donner une rétroaction descriptive. Dans la grille d'évaluation du rendement, le type de descripteur utilisé pour tous les critères des trois dernières compétences de la grille est l'efficacité. On définit l'*efficacité* comme étant la capacité de réaliser entièrement le résultat attendu. L'enseignante ou l'enseignant pourra se servir d'autres types de descripteurs (p. ex., la *convenance*, la *clarté*, l'*exactitude*, la *précision*, la *logique*, la *pertinence*, l'*importance*, la *cohérence*, la *souplesse*, la *profondeur* et l'*envergure*) en fonction de la compétence et du critère visés lorsqu'elle ou il élaborera des grilles adaptées. Par exemple, l'enseignante ou l'enseignant pourrait déterminer le niveau d'efficacité pour la compétence Habiletés de la pensée en évaluant le niveau logique d'une analyse; pour la compétence Communication, elle ou il pourrait évaluer le niveau de clarté de la communication des idées; pour la compétence Mise en application, elle ou il pourrait évaluer la convenance et l'envergure des liens établis. De la même façon, pour la compétence Connaissance et compréhension, l'évaluation de la connaissance des éléments à l'étude pourrait porter sur l'exactitude des faits, tandis que celle de la compréhension des éléments à l'étude pourrait porter sur la profondeur d'une explication.

L'**échelle de progression** (p. ex., avec une *efficacité limitée*, avec une *certaine efficacité*, avec *efficacité* ou avec *beaucoup d'efficacité*) qualifie le rendement de l'élève à chacun des niveaux de la grille. Par exemple, pour l'élève dont le rendement se situe au niveau 3 par rapport au premier critère de la compétence Habiletés de la pensée, on dirait qu'elle ou il « utilise les habiletés de planification avec *efficacité* ».

Grille d'évaluation du rendement en affaires et commerce

Compétences	50–59 % (Niveau 1)	60–69 % (Niveau 2)	70–79 % (Niveau 3)	80–100 % (Niveau 4)
Connaissance et compréhension <i>La construction du savoir propre à la discipline, soit la connaissance des éléments à l'étude et la compréhension de leur signification et de leur portée.</i>				
L'élève :				
Connaissance des éléments à l'étude (p. ex., terminologie, facteurs, stratégies, caractéristiques, procédures)	– démontre une connaissance limitée des éléments à l'étude.	– démontre une connaissance partielle des éléments à l'étude.	– démontre une bonne connaissance des éléments à l'étude.	– démontre une connaissance approfondie des éléments à l'étude.
Compréhension des éléments à l'étude (p. ex., concepts, théories, principes, relations)	– démontre une compréhension limitée des éléments à l'étude.	– démontre une compréhension partielle des éléments à l'étude.	– démontre une bonne compréhension des éléments à l'étude.	– démontre une compréhension approfondie des éléments à l'étude.
Habiletés de la pensée <i>L'utilisation d'un ensemble d'habiletés liées aux processus de la pensée critique et de la pensée créative.</i>				
L'élève :				
Utilisation des habiletés de planification (p. ex., compilation des données, organisation de l'information)	– utilise les habiletés de planification avec une efficacité limitée.	– utilise les habiletés de planification avec une certaine efficacité.	– utilise les habiletés de planification avec efficacité.	– utilise les habiletés de planification avec beaucoup d'efficacité.
Utilisation des habiletés de traitement de l'information (p. ex., analyse, interprétation, synthèse, évaluation)	– utilise les habiletés de traitement de l'information avec une efficacité limitée.	– utilise les habiletés de traitement de l'information avec une certaine efficacité.	– utilise les habiletés de traitement de l'information avec efficacité.	– utilise les habiletés de traitement de l'information avec beaucoup d'efficacité.
Utilisation des processus de la pensée critique et de la pensée créative (p. ex., résolution de problèmes, prise de décisions, justifications, recommandations, conclusions)	– utilise les processus de la pensée critique et de la pensée créative avec une efficacité limitée.	– utilise les processus de la pensée critique et de la pensée créative avec une certaine efficacité.	– utilise les processus de la pensée critique et de la pensée créative avec efficacité.	– utilise les processus de la pensée critique et de la pensée créative avec beaucoup d'efficacité.
Communication <i>La transmission des idées et de l'information selon différentes formes et divers moyens.</i>				
L'élève :				
Expression et organisation des idées et de l'information	– exprime et organise les idées et l'information avec une efficacité limitée.	– exprime et organise les idées et l'information avec une certaine efficacité.	– exprime et organise les idées et l'information avec efficacité.	– exprime et organise les idées et l'information avec beaucoup d'efficacité.

Compétences	50–59 % (Niveau 1)	60–69 % (Niveau 2)	70–79 % (Niveau 3)	80–100 % (Niveau 4)
Communication (suite)				
L'élève :				
Communication des idées et de l'information, de façon orale, écrite et visuelle, à des fins précises (p. ex., informer, promouvoir, convaincre) et pour des auditoires spécifiques (p. ex., clientèle cible, utilisateurs internes, utilisateurs externes)	– communique les idées et l'information à des fins précises et pour des auditoires spécifiques avec une efficacité limitée.	– communique les idées et l'information à des fins précises et pour des auditoires spécifiques avec une certaine efficacité.	– communique les idées et l'information à des fins précises et pour des auditoires spécifiques avec efficacité.	– communique les idées et l'information à des fins précises et pour des auditoires spécifiques avec beaucoup d'efficacité.
Utilisation des conventions (p. ex., conventions comptables, conventions portant sur la disposition des documents d'affaires) et de la terminologie à l'étude	– utilise les conventions et la terminologie avec une efficacité limitée.	– utilise les conventions et la terminologie avec une certaine efficacité.	– utilise les conventions et la terminologie avec efficacité.	– utilise les conventions et la terminologie avec beaucoup d'efficacité.
Mise en application <i>L'application des éléments à l'étude et des habiletés dans des contextes familiers et leur transfert à de nouveaux contextes.</i>				
L'élève :				
Application des connaissances et des habiletés dans des contextes familiers	– applique les connaissances et les habiletés dans des contextes familiers avec une efficacité limitée.	– applique les connaissances et les habiletés dans des contextes familiers avec une certaine efficacité.	– applique les connaissances et les habiletés dans des contextes familiers avec efficacité.	– applique les connaissances et les habiletés dans des contextes familiers avec beaucoup d'efficacité.
Transfert des connaissances et des habiletés à de nouveaux contextes	– transfère les connaissances et les habiletés à de nouveaux contextes avec une efficacité limitée.	– transfère les connaissances et les habiletés à de nouveaux contextes avec une certaine efficacité.	– transfère les connaissances et les habiletés à de nouveaux contextes avec efficacité.	– transfère les connaissances et les habiletés à de nouveaux contextes avec beaucoup d'efficacité.
Établissement de liens (p. ex., entre son expérience personnelle et la matière étudiée; entre les matières; entre les disciplines)	– établit des liens avec une efficacité limitée.	– établit des liens avec une certaine efficacité.	– établit des liens avec efficacité.	– établit des liens avec beaucoup d'efficacité.

La communication du rendement

Le bulletin scolaire de l'Ontario de la 9^e à la 12^e année doit servir à communiquer officiellement à l'élève et à ses parents le rendement scolaire fourni.

Compte rendu de la satisfaction des attentes. Le bulletin scolaire dresse un bilan du rendement que l'élève a fourni par rapport aux attentes des cours suivis, pendant une période déterminée du semestre ou de l'année scolaire, sous forme de notes exprimées en pourcentage. La note en pourcentage représente la qualité du rendement global de l'élève en fonction des attentes du cours et indique le niveau de rendement correspondant dans la grille d'évaluation de la discipline.

Une note finale est inscrite à la fin de chaque cours et le crédit correspondant est accordé si l'élève a obtenu une note de 50 % ou plus. Pour chaque cours de la 9^e à la 12^e année, la note finale sera déterminée comme suit :

- Soixante-dix pour cent (70 %) de la note sera fondé sur les évaluations effectuées tout au long du cours. Cette portion de la note devrait refléter le niveau de rendement le plus fréquent durant le cours, bien qu'il faille accorder une attention particulière aux niveaux de rendement les plus récents.
- Trente pour cent (30 %) de la note sera fondé sur l'évaluation finale, sous forme d'examen, d'activité, de dissertation ou d'un autre mode d'évaluation approprié. Cette évaluation aura lieu vers la fin du cours.

Compte rendu sur les habiletés à développer. Le bulletin scolaire rend compte des habiletés d'apprentissage démontrées par l'élève dans chacun des cours, dans les six catégories suivantes : l'utilisation du français parlé, l'autonomie, la collaboration en équipe, l'organisation, les habitudes de travail/devoir et l'initiative. Ces habiletés d'apprentissage sont évaluées au moyen d'une échelle à quatre échelons (E – excellent, T – très bien, S – satisfaisant, N – amélioration nécessaire). La décision d'évaluer et de rendre compte de façon distincte des habiletés d'apprentissage dans ces six catégories est fondée sur leur rôle essentiel dans la capacité des élèves de réaliser les attentes des cours. L'évaluation des habiletés d'apprentissage, sauf celles qui peuvent faire partie intégrante des attentes du cours, ne doit pas être prise en considération dans la détermination des notes en pourcentage, car celles-ci devraient uniquement représenter la mesure dans laquelle l'élève a satisfait les attentes du cours. Les politiques relatives à ce sujet sont tracées dans le *Guide du bulletin scolaire de la 9^e à la 12^e année, 1999*. Ce document est posté sur le site Web du ministère de l'Éducation à l'adresse suivante : www.edu.gov.on.ca.

Considérations concernant la planification du programme

L'enseignante ou l'enseignant doit planifier son programme d'affaires et commerce en tenant compte de certaines considérations, notamment celles qui sont présentées ci-après.

Les stratégies d'enseignement et d'apprentissage

L'élève apprend mieux lorsqu'on lui offre un éventail diversifié d'activités d'apprentissage. Il faudrait privilégier les approches qui encouragent l'élève à faire des recherches, à développer son esprit critique, à travailler en équipe, à discuter de questions liées au monde des affaires et à proposer des solutions à des préoccupations du monde du travail. Ces approches favorisent un apprentissage actif qui permet à l'élève de mieux assimiler les notions présentées et d'acquérir des compétences pratiques. Par le biais des cours d'affaires et commerce, l'élève a l'occasion de perfectionner ses habiletés à utiliser les outils technologiques et de les adapter à divers environnements de travail. De façon générale, le programme-cadre d'affaires et commerce lui permet de développer diverses habiletés pour améliorer sa chance d'obtenir un emploi, répondre aux changements constants du milieu de travail et être en mesure d'envisager de travailler à son propre compte.

Parmi les stratégies d'enseignement et d'apprentissage appropriées en affaires et commerce, mentionnons les études de cas, l'apprentissage coopératif en petits groupes, les simulations, les séances de remue-méninges, la résolution de problèmes, la construction d'arbres conceptuels, la création de scénarios de prises de décisions, la réflexion personnelle, la présentation de séminaires, la présentation multimédia, le portfolio.

Il est important que l'enseignante ou l'enseignant prévoie des activités qui permettront à l'élève d'acquérir les connaissances et les habiletés nécessaires pour faire les applications et les transferts appropriés et effectuer des recherches de plus en plus complexes. Dans tous les aspects du programme-cadre, l'élève doit pouvoir mener avec efficacité des recherches et communiquer clairement à l'oral et à l'écrit. Pour communiquer les résultats de ses recherches, l'élève rédigera des rapports, utilisera des supports médiatiques, fera des exposés oraux et présentera des notes, des illustrations, des tableaux ou des graphiques.

Lorsque les interactions sont nombreuses et diversifiées à l'intérieur de la classe, l'enseignante ou l'enseignant est davantage en mesure d'examiner le processus et les résultats de l'apprentissage de l'élève. Les stratégies d'apprentissage actif permettent également d'appliquer les connaissances et les habiletés à des problèmes et à des situations de la vie réelle.

Les attentes de chaque cours ont été élaborées de façon à pouvoir les satisfaire dans un contexte simulant un milieu de travail. Elles donnent donc la possibilité de recourir à diverses stratégies d'enseignement et d'apprentissage pour répondre aux intérêts, aux habiletés et aux styles d'apprentissage variés des élèves. La disponibilité des ressources pour le personnel enseignant et pour les élèves a été prise en considération dans l'élaboration de ce document. Le but ultime est de transmettre aux élèves les connaissances et les habiletés nécessaires pour atteindre les compétences d'employabilité. Les attentes et les contenus d'apprentissage prévoient des activités d'apprentissage par simulation, l'atteinte des normes d'usage dans le monde des affaires, l'utilisation de logiciels propres aux affaires, des unités de travail autonome et des partenariats avec l'industrie.

La création d'un milieu d'enseignement et d'apprentissage stimulant et engageant tant pour les garçons que pour les filles et ce, dans la richesse de leur complémentarité, contribue à la réussite de tous les élèves. Pour ce faire, il faut déterminer les interventions à retenir, à améliorer ou à mettre en place pour rejoindre davantage les garçons et mieux accompagner les filles dans leur apprentissage.

L'importance de l'actualité

L'étude des événements courants est un élément essentiel qui souligne la pertinence et le caractère à la fois immédiat et continu des affaires et du commerce. Les discussions qui portent sur les événements courants, en particulier ceux touchant la communauté francophone de l'élève, suscitent non seulement l'intérêt de la classe, mais aident aussi l'élève à comprendre son monde et la relation qui existe entre les événements du passé et les situations d'aujourd'hui. L'étude des événements courants ne doit pas être présentée comme un sujet à part dans le programme, mais doit être intégrée à l'étude des contenus d'apprentissage dont ces événements sont l'extension.

Le programme d'affaires et commerce pour l'élève en difficulté

Au moment de la planification des programmes d'affaires et commerce à l'intention de l'élève en difficulté, le personnel enseignant devrait commencer par examiner les attentes du curriculum pour la matière et le cours ainsi que les besoins de l'élève, et déterminer la plus appropriée des options suivantes :

- aucune adaptation² ou modification; ou
- adaptations seulement; ou
- attentes modifiées et adaptations au besoin.

Si l'élève requiert des adaptations ou des attentes modifiées, il faut consigner, dans le plan d'enseignement individualisé (PEI), les renseignements pertinents qui sont indiqués ci-dessous. Pour en savoir davantage sur les exigences du ministère de l'Éducation en matière de PEI, veuillez consulter le document intitulé *Plan d'enseignement individualisé – Normes pour l'élaboration, la planification des programmes et la mise en œuvre, 2000*. On trouvera des renseignements plus détaillés sur la planification des programmes pour l'enfance en difficulté dans le document intitulé *Plan d'enseignement individualisé – Guide, 2004*. Ces deux documents sont postés sur le site Web du ministère de l'Éducation à www.edu.gov.on.ca.

L'élève en difficulté qui ne requiert que des adaptations. Certains élèves en difficulté peuvent suivre le curriculum prévu pour le cours et démontrer un apprentissage autonome si on leur fournit des adaptations. Les attentes du curriculum pour le cours ne sont nullement modifiées par l'utilisation d'adaptations. Les adaptations requises pour faciliter l'apprentissage de l'élève doivent être inscrites dans le PEI (voir pages 11 et 12 du *Plan d'enseignement individualisé – Normes pour l'élaboration, la planification des programmes et la mise en œuvre, 2000*). Les mêmes adaptations seront probablement inscrites dans le PEI pour plusieurs disciplines, sinon pour toutes les disciplines.

Il existe trois types d'adaptations. Les *adaptations pédagogiques* désignent les changements apportés aux stratégies d'enseignement, tels que les styles de présentation, les méthodes d'organisation,

2. Les adaptations désignent des stratégies d'enseignement et d'évaluation individualisées, un soutien fourni par du personnel ou par un équipement personnalisé.

l'utilisation de la technologie et du multimédia. Les *adaptations environnementales* désignent les changements apportés à la salle de classe ou au milieu scolaire, tels que la désignation préférentielle d'un siège ou le recours à un éclairage particulier. Les *adaptations en matière d'évaluation* désignent les changements apportés aux stratégies d'évaluation pour permettre à l'élève de démontrer son apprentissage. Par exemple, on pourrait donner plus de temps à l'élève pour terminer ses examens ou ses travaux scolaires, ou lui permettre de répondre oralement à des questions d'examen (pour d'autres exemples, voir page 14 du *Plan d'enseignement individualisé – Normes pour l'élaboration, la planification des programmes et la mise en œuvre, 2000*).

Si seules des adaptations sont nécessaires en affaires et commerce, le rendement de l'élève sera évalué par rapport aux attentes du curriculum du cours et par rapport aux niveaux de rendement décrits dans le présent document.

L'élève en difficulté qui requiert des attentes modifiées. Certains élèves en difficulté requièrent des attentes modifiées, qui ne correspondent pas exactement aux attentes prévues pour le cours. Dans la plupart des cas, ces attentes modifiées satisfont aux attentes prévues pour le cours, mais reflètent des changements en ce qui a trait à leur nombre et à leur complexité.

Il est important de vérifier l'étendue des modifications apportées aux attentes et de les noter clairement dans le PEI. Tel qu'indiqué dans la section 7.12 du document de politique *Les écoles secondaires de l'Ontario de la 9^e à la 12^e année : préparation au diplôme d'études secondaires de l'Ontario 1999*, il reviendra à la directrice ou au directeur d'école de déterminer si la réalisation des attentes modifiées signifie que l'élève a réussi le cours et si l'élève peut recevoir un crédit pour le cours. La directrice ou le directeur d'école informera de sa décision les parents et l'élève.

Lorsqu'on s'attend à ce qu'un élève satisfasse à la plupart des attentes du curriculum d'un cours, les attentes modifiées devraient indiquer de quelle façon elles sont modifiées par rapport aux attentes du cours. Lorsque les modifications sont si étendues que la réalisation des attentes modifiées ne donnerait probablement pas droit à un crédit, les attentes devraient spécifier les exigences précises ou les tâches d'après lesquelles le rendement de l'élève sera évalué, à partir desquelles une note pour le cours sera inscrite dans le bulletin scolaire de l'Ontario. Les attentes modifiées indiquent les connaissances ou les habiletés que l'élève devrait pouvoir démontrer et qui seront évaluées à chaque étape du bulletin scolaire (voir pages 10 et 11 du *Plan d'enseignement individualisé – Normes pour l'élaboration, la planification des programmes et la mise en œuvre, 2000*). Les attentes modifiées représentent des réalisations précises, réalistes, observables et mesurables, et décrivent les connaissances ou les habiletés précises que l'élève peut démontrer de façon autonome, en utilisant au besoin des adaptations en matière d'évaluation. Les attentes de l'élève doivent être revues une fois au moins à toutes les étapes du bulletin scolaire et être mises à jour au besoin, à la lumière des progrès accomplis par l'élève (voir page 11 du *Plan d'enseignement individualisé – Normes pour l'élaboration, la planification des programmes et la mise en œuvre, 2000*).

Si l'élève requiert des attentes modifiées en affaires et commerce, l'évaluation de son rendement sera fondée sur les attentes inscrites dans son PEI et sur les niveaux de rendement décrits dans le présent document. Sur le bulletin scolaire de l'Ontario, on doit cocher la case réservée au PEI pour chaque cours pour lequel l'élève requiert des attentes modifiées et on doit inscrire l'énoncé approprié du *Guide d'utilisation du bulletin scolaire de l'Ontario de la 9^e à la 12^e année* (voir page 7 de ce guide). Les commentaires de l'enseignante ou de l'enseignant devraient comprendre des renseignements pertinents sur la capacité de l'élève à démontrer qu'elle ou il a satisfait aux attentes modifiées. Le personnel enseignant devrait aussi indiquer les prochaines étapes.

L'élève des programmes d'actualisation linguistique en français et de perfectionnement du français

L'enseignante ou l'enseignant doit porter une attention particulière à l'élève inscrit au programme d'actualisation linguistique en français (ALF) ou de perfectionnement du français (PDF). Elle ou il veillera en particulier à ce que l'élève comprenne et assimile la terminologie propre aux affaires et au commerce, acquière les compétences fondamentales requises dans ces matières et se familiarise avec les référents culturels propres à la francophonie. L'enseignante ou l'enseignant choisira des stratégies d'enseignement et des activités appropriées aux besoins de l'élève du programme d'ALF ou de PDF, en consultation avec l'enseignante ou l'enseignant de l'un et de l'autre de ces programmes, et adaptera le matériel d'apprentissage en conséquence.

L'enseignante ou l'enseignant doit créer un milieu sécurisant où l'élève constate l'acceptation de tous. L'élève se sentira plus à l'aise, ce qui lui permettra de prendre des risques, de s'exprimer et d'apprendre plus aisément. Pour faciliter son apprentissage, l'enseignante ou l'enseignant pourra recourir aux pratiques suivantes :

- partir du vécu de l'élève et de ses connaissances;
- vérifier régulièrement si l'élève comprend;
- mettre l'accent sur les idées clés et communiquer avec l'élève dans un langage clair et précis;
- utiliser des indices visuels et du matériel concret si l'élève est au niveau débutant dans l'apprentissage du français;
- ajuster les attentes en fonction du niveau de langue de l'élève et de sa date d'arrivée au Canada;
- présenter le vocabulaire utilisé dans la discipline pour aider l'élève à comprendre le contenu de la leçon;
- faciliter l'entraide entre élèves.

On peut consulter *Le curriculum de l'Ontario de la 9^e à la 12^e année – Actualisation linguistique en français et Perfectionnement du français, 1999* sur le site Web du ministère de l'Éducation à www.edu.gov.on.ca.

L'éducation antidiscriminatoire dans le programme d'affaires et commerce

Comme tous les programmes-cadres qui composent le curriculum de l'Ontario, le programme d'affaires et commerce prépare les élèves à devenir des citoyens responsables, qui comprennent la société complexe dans laquelle ils vivent et y participent pleinement. On s'attend donc à ce que l'élève comprenne bien en quoi consistent les droits, les privilèges et les responsabilités inhérents à la citoyenneté. On s'attend aussi à ce que, dans ses paroles et dans ses actes, elle ou il fasse preuve de respect, d'ouverture et de compréhension envers les individus, les groupes et les autres cultures. Pour ce faire, l'élève doit comprendre toute l'importance de protéger et de respecter les droits de la personne et de s'opposer au racisme et à toute autre forme de discrimination et d'expression de haine. De plus, la contribution des peuples autochtones à la richesse et à la diversité de la vie au Canada doit être valorisée et appréciée. En ce qui concerne tout particulièrement le présent programme-cadre, on amènera l'élève à reconnaître l'évolution constante du monde des affaires et des marchés internationaux. Elle ou il apprendra comment on fait des affaires de façon efficace et équitable dans le marché du travail à l'échelle locale, nationale et internationale et comment ce milieu de travail est influencé par la diversité du marché mondial.

Les activités d'apprentissage mises en place dans le cadre du programme devraient être de nature inclusive, refléter divers points de vue et expériences et sensibiliser l'élève aux expériences et à la perception des autres. Les habiletés de réflexion et de recherche acquises au cours du programme apprendront à l'élève à reconnaître les partis pris, les stéréotypes et les représentations fondées sur des préjugés et à comprendre comment les affaires sont réellement gérées dans un milieu de travail mondial.

L'éducation inclusive vise à fournir à tous les élèves de la province une chance égale d'atteindre leur plein potentiel en leur permettant d'évoluer dans un environnement sain et sécuritaire. En effet, les élèves ont besoin d'un climat de classe sécurisant et propice à l'apprentissage pour s'épanouir et développer leurs connaissances et leurs compétences, y compris leurs habiletés intellectuelles de niveau supérieur. À cet égard, l'enseignante ou l'enseignant joue un rôle primordial, entre autres, en se fixant des attentes élevées pour tous ses élèves et en donnant à chacune et à chacun une attention particulière.

C'est en planifiant des activités enrichissantes permettant d'établir des liens entre les concepts d'affaires et commerce à l'étude et des situations concrètes de la vie que l'enseignante ou l'enseignant fournira à l'élève des occasions de consolider les connaissances et habiletés rattachées à l'éducation inclusive, qui consiste notamment à la ou le sensibiliser à divers problèmes sociaux. Le programme-cadre d'affaires et commerce est conçu de manière à aider l'élève à acquérir l'état d'esprit essentiel à la vie dans une société démocratique et complexe caractérisée par l'évolution rapide des technologies et des contextes économique, politique et social.

La littératie et la numératie

Les compétences liées à la littératie et à la numératie sont essentielles à tous les apprentissages, dans toutes les disciplines. On définit la littératie comme la maîtrise des savoirs qui permettent à l'élève de s'exprimer, d'écrire, de lire, de chercher des informations, d'utiliser les technologies de l'information et d'exercer une pensée critique à un niveau fonctionnel dans ses apprentissages actuels et futurs. Quant à la numératie, elle comprend l'ensemble des compétences essentielles basées sur des concepts mathématiques et des compétences connexes, qui permettent à l'élève d'utiliser la mesure et les propriétés des nombres et des objets géométriques, de résoudre des problèmes, de développer sa pensée critique, de lire et d'interpréter les informations faisant appel aux concepts mathématiques et de communiquer des idées mathématiques.

La littératie et la numératie permettront à l'élève d'apprendre, sa vie durant, dans toutes les disciplines et d'accéder à des niveaux de pensée supérieurs. Il incombe au personnel enseignant de toutes les disciplines de veiller à ce que l'élève progresse dans l'acquisition des compétences liées à la littératie et à la numératie. L'enseignante ou l'enseignant qui remarque que l'élève accuse un retard dans l'acquisition des compétences liées à la littératie et à la numératie devra prendre des dispositions particulières pour l'aider en s'inspirant des initiatives de littératie et de numératie élaborées par son conseil scolaire et son école.

Le ministère de l'Éducation facilite l'élaboration de ressources pour appuyer le développement de compétences liées à la littératie et la numératie dans tout le curriculum. Des stratégies pratiques applicables à tous les cours sont fournies dans les documents suivants :

- *La littératie en tête de la 7^e à la 12^e année : rapport du groupe d'experts sur les élèves à risque, 2003*
- *La numératie en tête de la 7^e à la 12^e année : rapport du groupe d'experts sur les élèves à risque, 2004*
- *La littératie en tête : stratégies pour toutes les matières de la 7^e à la 12^e année, 2006*

La place des technologies en affaires et commerce

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) offrent une gamme d'outils qui peuvent grandement élargir et enrichir les stratégies d'enseignement du personnel enseignant et appuyer l'apprentissage des élèves en affaires et commerce. Ces outils comprennent, entre autres, des simulations, des ressources multimédias, des bases de données, des tableurs et des modules d'enseignement assisté par ordinateur. Le personnel enseignant peut utiliser les outils et les ressources des TIC dans son enseignement en salle de classe et pour concevoir des programmes qui répondent aux divers besoins des élèves. Les TIC peuvent aussi être utilisées pour permettre aux élèves de communiquer avec des élèves d'autres écoles et pour introduire la communauté mondiale dans la salle de classe.

Grâce aux sites Web, l'élève peut maintenant accéder à des ressources en français trouvées dans les librairies, les archives et les institutions publiques à travers le pays et autour du monde. Elle ou il peut trouver les informations les plus récentes portant sur des sujets pertinents à tous les cours d'affaires et commerce. Les TIC permettent à l'élève du palier secondaire de mener des recherches plus étendues et plus authentiques que jamais auparavant.

Les logiciels d'application tels les tableurs, les multimédias, les bases de données, le traitement de texte et les logiciels de présentation peuvent être utilisés pour améliorer l'apprentissage des élèves dans tous les cours d'affaires et de commerce. Ces applications sont des outils d'apprentissage essentiels dans les cours de technologies de l'information et de la communication. Dans ces cours, l'élève acquiert des habiletés dans l'utilisation de traitements de texte, de tableurs, de bases de données, de l'édition, de multimédias, de la création de site Web et de logiciels de présentation. Ces compétences respectent les normes du monde des affaires et sont transférables à d'autres cours aussi bien qu'au milieu de travail. Les TIC sont intégrées au programme d'affaires et commerce de façon à refléter le milieu dynamique dans lequel les affaires sont aujourd'hui menées, créant ainsi un environnement d'apprentissage pertinent pour les élèves.

Les itinéraires d'études et les programmes menant à la Majeure haute spécialisation

Les cours d'affaires et commerce s'inscrivent bien dans les programmes menant à la Majeure haute spécialisation (MHS) ou dans les programmes conçus pour offrir à l'élève des itinéraires d'études menant à des programmes d'apprentissage ou au marché du travail. Dans le cadre d'une Majeure haute spécialisation, les cours d'affaires et commerce peuvent être regroupés avec d'autres cours pour permettre à l'élève d'acquérir les connaissances et les compétences qui sont importantes dans des secteurs industriels et qui sont nécessaires pour réussir sur le marché du travail et dans les études postsecondaires, y compris les programmes d'apprentissage. Les cours d'affaires et commerce peuvent aussi être combinés aux crédits d'éducation coopérative pour fournir à l'élève l'expérience en milieu de travail exigée par des programmes de Majeure haute spécialisation et par différents itinéraires d'études menant à des programmes d'apprentissage ou au marché du travail. (Les programmes de Majeure haute spécialisation pourraient fournir des possibilités d'apprentissage dans des secteurs spécifiques, qu'elles soient offertes par des employeurs, des centres de formation professionnelle, des collèges ou des organismes communautaires.)

Le programme d'orientation et de formation au cheminement de carrière

Les affaires ont une incidence sur toutes les carrières : par exemple, les artistes vendent leurs œuvres, les épiciers exploitent leur entreprise. Les cours d'affaires et commerce prépareront l'élève à travailler dans des domaines aussi variés que le commerce de détail, la gestion d'entreprise, les technologies de l'information, les petites entreprises, la fonction publique, les arts, les sciences ou les professions libérales. Les connaissances et les habiletés acquises par l'élève des cours d'affaires et commerce sont indispensables à toute carrière. L'élève acquiert la compréhension de divers aspects des fonctions de gestion et des pratiques commerciales en suivant des cours sur la gestion, le commerce international, le marketing, la comptabilité, les technologies de l'information et de la communication et l'entrepreneuriat. En outre, les composantes du programme relatives à l'épanouissement personnel, aux relations avec les autres et au plan de carrière prépareront l'élève à réussir sa vie personnelle et professionnelle. Le programme-cadre d'affaires et commerce aidera l'élève à explorer les options de carrière, notamment dans la communauté francophone, pour choisir celles qui conviennent le mieux à ses intérêts et à ses acquis.

Le Passeport-compétences de l'Ontario et les compétences essentielles

Le personnel enseignant qui planifie les cours d'affaires et commerce doit connaître le but et les avantages du Passeport-compétences de l'Ontario (PCO). Le PCO est une ressource Web bilingue qui aide les enseignantes et enseignants à faire valoir la pertinence du milieu de travail en salle de classe. Le PCO offre une description claire des compétences essentielles telles la lecture des textes, la rédaction, l'utilisation d'ordinateurs, la mesure et le calcul, et la résolution de problèmes. Il inclut aussi une base de données portant sur des tâches en milieu de travail et la façon dont elles sont utilisées par les travailleuses et travailleurs. Les compétences essentielles sont transférables parce qu'elles sont utilisées par presque toutes les professions. Le PCO inclut aussi des descriptions d'importantes habitudes de travail telles que la fiabilité, la sécurité au travail et le service à la clientèle. Il offre aussi aux employeuses et employeurs une méthode cohérente pour évaluer et consigner la démonstration de ces compétences et de ces habitudes de travail par les élèves dans le cadre de leur stage d'éducation coopérative. Ceux-ci peuvent se servir du PCO pour identifier les compétences et les habitudes de travail déjà acquises, planifier le développement de nouvelles compétences ou montrer aux employeuses et employeurs ce qu'elles ou ils peuvent faire.

Les compétences décrites dans le PCO sont les compétences essentielles que le gouvernement du Canada et des agences nationales et internationales ont identifiées et validées à la suite de recherches considérables comme étant les compétences requises pour travailler, apprendre et vivre. Les compétences essentielles constituent la base de l'apprentissage de toute autre habileté et permettent aux individus de progresser dans leur emploi et de s'adapter au changement en milieu de travail. Pour des précisions sur le PCO et les compétences essentielles, consulter le site <http://skills.edu.gov.on.ca>.

L'éducation coopérative et autres expériences en milieu de travail

Les expériences de travail permettent à l'élève d'appliquer les habiletés acquises en salle de classe dans les contextes réels du monde des affaires et des services publics. Ces expériences de travail, telles l'éducation coopérative, l'observation au poste de travail, l'expérience en milieu de travail et les sorties éducatives, aident l'élève à approfondir sa connaissance des possibilités d'emploi dans de nombreux domaines, y compris l'opération de petites entreprises, la gestion, le marketing,

la comptabilité et les services gouvernementaux. De plus, l'élève élargit sa compréhension des pratiques du monde du travail, des certifications et de la nature des relations employeurs-employés. En outre, en se basant sur ses expériences, elle ou il reconnaît l'apport de la connaissance des deux langues officielles du Canada. Il s'avère important que les enseignantes et enseignants des cours d'affaires et commerce entretiennent des liens avec les entreprises locales, notamment de la communauté francophone afin d'assurer à l'élève des expériences pratiques qui viendront renforcer les connaissances et les habiletés acquises à l'école.

L'éducation coopérative et les autres expériences en milieu de travail sont offertes conformément au document du ministère de l'Éducation intitulé *Éducation coopérative et autres expériences de travail : Lignes directrices pour les écoles secondaires de l'Ontario, 2000*. Le document est posté sur le site Web du Ministère à l'adresse suivante : www.edu.gov.on.ca.

La santé et la sécurité

Le programme-cadre d'affaires et commerce comporte l'étude de divers concepts liés à la santé et à la sécurité au travail. Dans la préparation des activités d'apprentissage proposées à l'élève, le personnel enseignant doit pouvoir recourir à diverses ressources pour répondre aux exigences du programme-cadre dans ce domaine. Les questions relatives à la santé et à la sécurité sont étudiées dans le cadre de l'éducation coopérative et autres expériences en milieu de travail. Les enseignantes et enseignants chargés de soutenir l'élève qui suit un stage en milieu de travail doivent évaluer les lieux de stage en fonction des questions de santé et de sécurité et veiller à ce que l'élève comprenne l'importance de ces questions. Avant de prendre part à des expériences en milieu de travail, l'élève doit posséder les connaissances et les habiletés nécessaires pour y participer sans risques.

L'Assurance contre les accidents du travail pour les élèves des programmes de formation pratique, 2000 trace les grandes lignes des procédures à suivre pour assurer la couverture des dispositions de la *Loi sur la sécurité professionnelle et les assurances contre les accidents du travail (1997)* aux élèves âgés d'au moins 14 ans inscrits à un stage en milieu de travail de plus d'une journée. L'observation au poste de travail ou l'emploi partagé sont considérés comme une sortie éducative. Le personnel enseignant doit connaître l'âge minimum requis selon la *Loi sur la santé et la sécurité au travail (1990)* pour se trouver dans un milieu de travail ou y travailler. Les politiques relatives à ce sujet sont tracées dans *Éducation coopérative et autres expériences de travail : Lignes directrices pour les écoles secondaires de l'Ontario, 2000*.

Commerce international

Aperçu

Le monde est devenu un marché planétaire. Un immense volume de biens, de services, d'idées, de fonds du marché monétaire, de technologies circule aux quatre coins du monde, touchant la vie de millions de personnes. De nos jours, presque tous les aspects de l'activité économique sont influencés par le commerce international. Lorsque les élèves explorent les possibilités et les défis du monde des affaires, il leur est essentiel de tenir compte des effets du marché mondial et du commerce international. Les cours de commerce international leur permettront de comprendre les principes de base de l'économie mondiale. Les élèves en viendront à se rendre compte de la portée que le commerce international peut avoir aujourd'hui sur leur vie et les communautés ainsi que sur leurs carrières et leurs perspectives d'avenir. En approfondissant leur compréhension du commerce international, les élèves découvriront un plus grand choix de possibilités pour appliquer leurs compétences en affaires et pour explorer davantage leurs intérêts.

Domaines d'études

Principes de commerce international, 12^e année, cours préuniversitaire/précollégial

- Concepts de base en commerce international
- Commerce à l'échelle internationale
- Facteurs de réussite sur les marchés internationaux
- Marketing et distribution
- Marchés internationaux

Introduction au commerce international, 12^e année, cours préemploi

- Le Canada et le marché mondial
- Marchés internationaux
- Stratégies commerciales sur les marchés internationaux
- Carrières internationales et compétences

Principes de commerce international, 12^e année, cours préuniversitaire/précollégial

(BBB4M)

Ce cours offre à l'élève une vision globale des échanges commerciaux et examine les facteurs qui contribuent au succès commercial sur les marchés internationaux. L'élève étudie les principes fondamentaux qui sous-tendent les stratégies de marketing, de distribution et de gestion appropriées à l'échelle internationale. Le cours prépare l'élève à des études postsecondaires dans le domaine des affaires comme le marketing, la gestion et le commerce international.

Préalable : Aucun

Concepts de base en commerce international

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer des termes et des concepts clés liés au commerce international.
- analyser les effets des activités commerciales à l'échelle internationale sur l'économie canadienne.
- analyser la façon dont le commerce international et les activités économiques internationales contribuent à une plus grande interdépendance des pays.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Termes et concepts

- définir les termes associés au commerce international (p. ex., multinationale, importation, exportation, échanges internationaux, douane).
- décrire des concepts clés relatifs au commerce international et à la mondialisation des marchés en utilisant la terminologie française appropriée (p. ex., balance des échanges extérieurs, balance des paiements, rationalisation, produit national brut, taux de change, avantage absolu, avantage comparatif).
- identifier les types d'entreprises internationales (p. ex., import/export, sourcing mondial, coentreprise, alliance stratégique).

Effets du commerce international sur le Canada

- déterminer la proportion du produit national brut (PNB) et des emplois canadiens qu'entraînent les échanges commerciaux internationaux.
- évaluer les avantages et les inconvénients de divers accords de libre-échange pour le Canada (p. ex., Accord de libre-échange nord-américain [ALENA], Zone de libre-échange des Amériques [ZLEA], accords avec des pays membres de la Coopération économique Asie-Pacifique [APEC]).

- décrire l'incidence de la situation économique canadienne (p. ex., niveau de production, taux de chômage, qualité des infrastructures) sur les entreprises internationales installées au Canada.
- évaluer les avantages (p. ex., baisse des prix, amélioration de la qualité des biens et services, développement technologique) et les inconvénients (p. ex., perte d'emplois, augmentation des parts étrangères dans les compagnies canadiennes) du commerce international pour le Canada.
- expliquer comment le Canada peut attirer les investissements étrangers.

Interdépendance des pays

- analyser l'évolution des activités commerciales internationales au Canada.
- évaluer l'incidence de la mondialisation des marchés sur l'interdépendance des pays (p. ex., appui politique et économique, lien privilégié; monopole, accès limité à certains biens et services).
- décrire les moyens utilisés par certains pays afin de réduire les barrières commerciales (p. ex., barrières tarifaires, barrières non tarifaires, restrictions des investissements étrangers, restrictions de transfert de monnaie).

Commerce à l'échelle internationale

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser l'incidence de la mondialisation du commerce sur le mode de vie des communautés et sur les activités commerciales intérieures d'un pays.
- évaluer les facteurs qui influent sur la capacité d'un pays à participer au commerce international.
- analyser les effets des tendances actuelles des marchés sur les activités commerciales internationales et les conditions économiques mondiales.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Incidence de la mondialisation du commerce

- comparer les caractéristiques d'une multinationale à celles d'une entreprise dont les activités commerciales visent le marché intérieur.
- analyser les changements concernant la nature du travail, les conditions de travail et les types d'emplois qui résultent de la mondialisation du commerce.
- décrire les conséquences de la rationalisation liée à la mondialisation des marchés sur les entreprises canadiennes (p. ex., réduction des effectifs, fusion, fermeture, restructuration, croissance).

Facteurs influant sur le commerce international

- évaluer l'impact de la technologie sur les possibilités et la nature du commerce au niveau international (p. ex., commerce électronique, banque électronique, distribution électronique, technologie de l'information).
- décrire l'influence de la valeur et de la convertibilité de la monnaie d'un pays sur les échanges internationaux.

- décrire la participation du Canada à des organisations qui influent sur le commerce international (p. ex., Organisation mondiale du commerce [OMC], Fonds monétaire international [FMI], Groupe de la Banque mondiale).
- expliquer les raisons qui poussent certains pays à protéger des produits ou des industries contre la concurrence à l'échelle internationale (p. ex., baisse des profits, chômage, épuisement des ressources naturelles).
- analyser le bien-fondé des politiques et des initiatives gouvernementales pertinentes (p. ex., tarifs douaniers, quotas, lois environnementales; ambassades et consulats, missions d'Équipe Canada) et leur impact sur le commerce international.

Tendances des marchés

- analyser les tendances des marchés dans le commerce international et l'influence de l'essor de l'activité commerciale à l'échelle internationale sur les entreprises, les industries et les marchés.

- décrire les facteurs qui ont contribué à la croissance et à l'influence des multinationales.
- analyser les changements qui sont survenus dans divers secteurs d'activités commerciales à l'échelle internationale (p. ex., disparition ou essor de certains secteurs, création de nouveaux secteurs d'activités).
- expliquer comment la mondialisation des marchés a entraîné le besoin d'une normalisation des biens, des services et des opérations (p. ex., création de l'Organisation internationale de normalisation [ISO]).
- évaluer les changements dans la gestion d'une entreprise qui résultent de la mondialisation des marchés, notamment en ce qui a trait à la production, au financement et aux ressources humaines.

Facteurs de réussite sur les marchés internationaux

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser l'incidence des facteurs culturels sur l'exploitation d'une entreprise.
- analyser l'influence des différents facteurs politiques, économiques et environnementaux sur la gestion d'une entreprise.
- évaluer les facteurs qui influent actuellement sur la compétitivité des entreprises canadiennes à l'échelle internationale.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Facteurs culturels

- décrire les défis que doit relever une entreprise qui traite avec d'autres pays et d'autres cultures en ce qui concerne le code moral, les valeurs, la langue, les pratiques commerciales et la gestion d'une main-d'œuvre hétérogène.
- expliquer l'influence de la culture et des préférences des consommatrices et consommateurs sur l'évolution du commerce international (p. ex., création de nouveaux produits, standardisation des produits, uniformisation de la production).
- expliquer comment le marché mondial (p. ex., disponibilité et distribution mondiale de produits) a homogénéisé la demande des consommatrices et consommateurs.
- décrire les changements apportés à des biens et à des services (p. ex., étiquetage, emballage, régimes alimentaires, services bancaires multilingues) afin de tenir compte des différences culturelles.
- comparer l'incidence de différents systèmes politiques et économiques (p. ex., libéralisme, capitalisme, communisme, économie planifiée) sur les possibilités de commerce international.
- décrire l'incidence de la législation et des préoccupations liées à l'environnement sur le commerce international.
- décrire les conséquences d'événements de l'actualité (p. ex., les attentats du 11 septembre 2001, l'épidémie du syndrome respiratoire aigu sévère [SRAS], la découverte de bovins atteints de la maladie de la vache folle [encéphalopathie spongiforme bovine ou ESB]) sur le commerce international du Canada.

Compétitivité des entreprises à l'échelle internationale

Facteurs politiques, économiques et environnementaux

- expliquer les facteurs qui favorisent les activités commerciales dans les pays industrialisés et les pays en voie de développement (p. ex., revenu élevé, nombre de consommatrices et consommateurs, infrastructure, disponibilité des ressources, coût de la main-d'œuvre).
- identifier des entreprises canadiennes qui sont des chefs de file à l'échelle internationale (p. ex., Cirque du Soleil, Tilley Endurables, la société Research in Motion [RIM]) et des industries dans lesquelles des entreprises canadiennes ont connu des succès internationaux (p. ex., biotechnologie, télécommunication).
- déterminer les facteurs qui contribuent au succès de multinationales canadiennes sur les marchés internationaux.

- expliquer comment la diversité culturelle et linguistique canadienne (p. ex., compétences linguistiques variées, tolérance, ouverture d'esprit) contribue au succès des activités commerciales canadiennes sur la scène internationale.
- démontrer l'impact du taux de change du dollar canadien sur les occasions d'affaires (p. ex., augmentation ou diminution des exportations selon la fluctuation du dollar canadien).
- comparer les sources des principales importations canadiennes et les destinations de ses principales exportations.
- décrire l'impact de la mondialisation des marchés sur les occasions d'affaires pour l'entreprise francophone.
- expliquer le rôle de l'Agence des services frontaliers du Canada (p. ex., facilitation des échanges frontaliers, appui au développement économique).

Marketing et distribution

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer les défis du marketing international.
- décrire les stratégies de marketing utilisées par différentes entreprises qui participent au commerce international.
- décrire la logistique et les défis associés à la distribution de biens et de services sur le marché local, national et international.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Défis du marketing international

- identifier des biens qui sont touchés par les accords de libre-échange et des biens qui ne le sont pas (p. ex., automobiles, bois d'œuvre, textiles, eau douce).
- identifier les défis qu'une entreprise doit relever (p. ex., manque d'infrastructures, réglementations) pour réussir à vendre un produit sur divers marchés internationaux.
- démontrer l'importance de comprendre le profil de la clientèle (p. ex., culture, religion, ressources financières) lors de la commercialisation d'un produit destiné au marché international.

Stratégies de marketing

- déterminer les genres d'études de marché à effectuer pour préparer les entreprises à pénétrer les marchés étrangers.
- démontrer l'influence de la technologie (p. ex., commerce électronique, progrès dans la fabrication et la distribution, communication électronique) sur les stratégies de marketing international.

- expliquer l'importance du plan d'exportation (p. ex., rassembler les faits, déterminer les contraintes et les buts, élaborer un horaire d'implantation) pour la prospection d'un marché à l'échelle internationale.

Distribution de biens et de services

- comparer la logistique de la distribution de produits à l'échelle locale, nationale et internationale.
- décrire les principaux facteurs (p. ex., topographie, climat, coûts) à considérer dans le choix de la méthode de distribution pour un marché international.
- comparer les avantages et les inconvénients de divers modes de transport en fonction de différents marchés internationaux.

Marchés internationaux

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire le monde du travail sur les marchés internationaux.
- évaluer l'influence des questions d'éthique sur le commerce international.
- décrire les exigences et les compétences nécessaires pour réussir dans diverses carrières liées au commerce international.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Monde du travail

- comparer les conditions de travail (p. ex., rémunération, horaire de travail, avantages sociaux) de divers marchés internationaux.
- analyser les différences culturelles de perception, d'interprétation et d'attitude dont doit tenir compte une personne qui travaille dans un autre pays (p. ex., en ce qui a trait au statut de la femme, à la structure hiérarchique, aux droits de l'enfant, aux fêtes religieuses).
- comparer les stratégies de gestion et de négociation favorisées par les entreprises canadiennes à celles d'autres pays (p. ex., gestion de la qualité totale, gestion de la relation client, négociation distributive, négociation à gains multiples).
- comparer le Canada à d'autres pays en ce qui a trait à diverses théories culturelles (p. ex., théorie des grappes de Michael Porter, théorie des dimensions culturelles de Geert Hofstede) et aux divers points de vue (p. ex., impérialisme éthique, relativisme culturel, rôle des femmes et des minorités).

Questions d'éthique

- analyser les effets bénéfiques et néfastes des activités de multinationales dans les pays où elles sont implantées (p. ex., industrie des technologies de l'information en Inde, compagnies d'extraction de ressources minières en Afrique).

- évaluer les préoccupations éthiques que peut soulever l'implantation d'une entreprise dans un autre pays (p. ex., sécurité, prix équitables, salaires équitables, conditions de travail, développement durable).
- expliquer comment les agences de développement international (p. ex., Organisation des Nations Unies [ONU], Organisation mondiale de la santé [OMS]) et les organisations non gouvernementales (ONG) (p. ex., Greenpeace, Développement et Paix) aident les pays moins développés à accroître leur potentiel et leur capacité de commerce international.

Carrières et compétences

- déterminer les exigences pour exercer un emploi lié au commerce international (p. ex., passeport, visa, permis de travail).
- déterminer les habiletés et les compétences requises pour travailler à l'étranger.
- répertorier des milieux de travail qui nécessitent une connaissance des marchés internationaux, en particulier ceux où la connaissance du français constitue un atout.
- identifier les qualités démontrées par des francophones de l'Ontario, du reste du Canada et d'ailleurs dans l'exercice de leur leadership sur la scène internationale.

Introduction au commerce international, 12^e année, cours préemploi

(BBB4E)

Ce cours présente les principes fondamentaux qui régissent les affaires économiques mondiales. L'élève explore les relations commerciales entre le Canada et d'autres pays, et leur incidence sur la productivité, les prix et la gamme des produits offerts. Elle ou il examine aussi les exigences pour devenir concurrentiel, faire des affaires et mener des activités commerciales sur le plan international. Le cours initie aussi l'élève aux diverses possibilités de carrière reliées au commerce international.

Préalable : Aucun

Le Canada et le marché mondial

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire l'importance du commerce international sur le marché mondial.
- expliquer les différentes raisons pour lesquelles des entreprises et des industries font du commerce à l'échelle internationale.
- analyser les activités et les relations économiques du Canada sur le marché mondial.
- déterminer l'impact du commerce international sur le mode de vie de la population canadienne.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Importance du commerce international

- définir les termes de base du commerce international (p. ex., importation, exportation, rationalisation, externalisation).
- identifier les types d'entreprises internationales (p. ex., import/export, sourçage mondial, coentreprise, alliance stratégique).
- décrire les avantages (p. ex., baisse des prix, amélioration de la qualité des biens et des services, développement technologique) et les inconvénients (p. ex., perte d'emplois, augmentation des parts étrangères dans les compagnies canadiennes) du commerce international pour le Canada.
- identifier les obstacles à l'activité commerciale internationale (p. ex., langue, tarifs, fluctuations de la monnaie).
- décrire les conséquences d'événements de l'actualité (p. ex., les attentats du 11 septembre 2001, l'épidémie du syndrome respiratoire aigu sévère [SRAS], la découverte de bovins atteints de la maladie de la vache folle [encéphalopathie spongiforme bovine ou ESB]) sur le commerce international du Canada.

Occasions d'affaires à l'échelle internationale

- expliquer comment un besoin ou un problème dans un pays peut devenir une occasion d'affaires pour une entreprise canadienne.

- expliquer comment un besoin ou un problème canadien peut devenir une occasion d'affaires pour une entreprise étrangère.
- identifier des entreprises canadiennes qui sont des chefs de file à l'échelle internationale (p. ex., Cirque du Soleil, Tilley Endurables, la société Research in Motion [RIM]) et des industries dans lesquelles des entreprises canadiennes ont connu des succès internationaux (p. ex., biotechnologie, télécommunication).

Activités et relations économiques

- décrire les principaux partenaires commerciaux actuels du Canada et les produits échangés.
- décrire les moyens utilisés par le gouvernement canadien (p. ex., missions canadiennes, subventions, signature de nouveaux accords) afin d'aider les entreprises canadiennes à trouver de nouveaux débouchés internationaux.
- décrire la participation du Canada à des accords commerciaux et à des organismes internationaux portant sur les activités commerciales mondiales (p. ex., Accord de libre-échange nord-américain [ALENA], Organisation mondiale du commerce [OMC]).

- expliquer pourquoi le Canada attire l'investissement étranger (p. ex., qualité de vie, coût de production plus avantageux, main-d'œuvre hautement qualifiée).

Impact du commerce international

- décrire l'impact du commerce international sur le développement des entreprises (p. ex., croissance, bénéfices, compétences, économies d'échelle, accès aux nouvelles technologies).
- évaluer l'impact des échanges commerciaux à l'échelle internationale sur l'économie canadienne (p. ex., niveau d'emploi, qualité et quantité des biens et des services, productivité, compétitivité des entreprises canadiennes, technologie).
- décrire les avantages (p. ex., création d'emplois, baisse des prix, meilleure qualité des biens) et les inconvénients (p. ex., suppression d'emplois dans certains secteurs manufacturiers, diminution de salaire) de la mondialisation des marchés pour les Canadiennes et Canadiens.

Marchés internationaux

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser les étapes de pénétration de nouveaux marchés internationaux pour une entreprise.
- évaluer les défis opérationnels du commerce international.
- expliquer les facteurs à considérer et les procédures à suivre pour importer et exporter des produits.
- analyser l'influence des questions d'éthique sur le commerce international.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Nouveaux marchés internationaux

- décrire les caractéristiques d'un marché local, régional, national et international.
- décrire les facteurs qui influent sur la décision d'une entreprise de saisir les occasions d'affaires à l'étranger (p. ex., alliances, accords de libre-échange, taux de change, langue, géographie, climat, systèmes économiques et politiques, besoins des consommatrices et consommateurs).
- évaluer les moyens dont dispose une entreprise pour déterminer s'il existe un marché potentiel pour un produit dans un autre pays.
- nommer des secteurs d'activité et des entreprises, y compris des entreprises francophones, qui sont en essor sur le marché international.

Défis opérationnels

- décrire l'influence de la valeur et de la convertibilité de la monnaie d'un pays sur les échanges internationaux.
- décrire les facteurs qui influent sur la production des pays : certains pays produisent des biens de haute qualité alors que d'autres en produisent de moindre qualité (p. ex., disponibilité de main-d'œuvre qualifiée, conditions de travail, accès à la technologie, difficultés de communication quand l'unité de production et le siège social de l'entreprise sont situés dans des pays différents).

- expliquer les facteurs qui influent sur la compétitivité d'une entreprise à l'échelle internationale (p. ex., coût de la main-d'œuvre, disponibilité de la technologie, financement, qualité de la gestion, méthodes de production, degré d'efficacité, compétences en marketing).
- décrire l'impact des traités avec les sociétés indigènes, y compris les communautés autochtones, sur le commerce international.

Importation et exportation

- décrire les modifications à apporter à un produit afin de favoriser son exportation dans différents pays.
- déterminer les facteurs qui influent sur la capacité d'une entreprise à importer ou à exporter un produit.
- comparer des tentatives fructueuses et infructueuses d'exportation et de commercialisation d'un produit dans un pays étranger.
- décrire une stratégie d'exportation d'un produit canadien vers un pays donné.
- nommer des produits importés et exportés assujettis à des contrôles douaniers ou à des barrières tarifaires.
- expliquer le rôle de l'Agence des services frontaliers du Canada (p. ex., facilitation des échanges frontaliers, appui au développement économique).

Questions d'éthique

- comparer les codes d'éthique de diverses entreprises internationales.
- analyser l'importance pour une société multinationale d'avoir un code d'éthique.
- évaluer les problèmes d'éthique que peut soulever l'implantation d'une entreprise dans un autre pays (p. ex., salaires équitables, préservation culturelle, pratiques environnementales).

Stratégies commerciales sur les marchés internationaux

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire comment les différences culturelles entre pays influent sur les stratégies commerciales à l'échelle internationale.
- évaluer les défis du marketing international.
- analyser l'impact de la technologie sur le commerce international.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Culture et coutumes

- déterminer les défis à relever par les gestionnaires d'une organisation qui travaillent dans différents pays (p. ex., langues, attitudes et coutumes différentes).
- décrire des occasions d'affaires et des défis qui découlent de différences culturelles (p. ex., religion, structures familiales, attitude envers les minorités).
- comparer les principales règles d'étiquette du monde des affaires au Canada avec celles d'un autre pays.
- comparer les préférences en matière de communication au Canada à celles d'autres pays (p. ex., symbolisme, langage corporel, gestes, ton, message).

Marketing international

- comparer les défis relatifs au marketing et à l'exportation d'un bien à ceux d'un service.
- décrire comment l'offre et la demande créent un marché.
- expliquer comment déterminer s'il y a un marché au Canada pour un produit importé.
- expliquer les facteurs importants (p. ex., profil de consommation, pouvoir d'achat discrétionnaire) pour le plan stratégique de marketing d'un produit exporté.

- comparer la publicité pour un même produit ciblant les marchés de deux pays différents.

Impact de la technologie

- décrire la technologie utilisée par des entreprises canadiennes pour faciliter l'exportation.
- décrire les compétences technologiques et l'équipement qui permettent aux entreprises canadiennes et franco-canadiennes d'être compétitives sur la scène internationale.
- expliquer l'impact du commerce électronique sur la croissance des activités commerciales internationales.
- évaluer le marché international potentiel à l'aide de données (p. ex., démographie, religion, ethnicité) obtenues de diverses sources dont Internet.
- évaluer l'impact de la technologie sur les pratiques commerciales à l'échelle internationale (p. ex., distribution, gestion, marketing, transport, communication).

Carrières internationales et compétences

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- déterminer les possibilités de carrière liées au commerce international.
- décrire les connaissances et les compétences nécessaires en vue d'une carrière dans le domaine du commerce international.
- analyser les changements dans le marché du travail canadien qui sont attribuables aux activités commerciales à l'échelle internationale.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Possibilités de carrière

- analyser les facteurs à considérer avant d'accepter un emploi dans un autre pays (p. ex., qualité de la vie, conditions de travail, habitudes de travail, système politique, système économique, salaire et avantages sociaux).
- décrire les emplois dans une entreprise qui comporte des activités dans le domaine du commerce international.
- comparer les profils de carrière dans le domaine du commerce international.

Connaissances et compétences

- décrire le profil d'employabilité recherché par les entreprises qui participent au commerce international (p. ex., connaissance de diverses cultures, maîtrise de plusieurs langues, aptitudes pour la négociation).
- expliquer les avantages de posséder des compétences technologiques (p. ex., utilisation des technologies de l'information, du système de traduction automatique) pour une carrière liée au commerce international.
- démontrer sa capacité à effectuer des conversions monétaires.
- déterminer les exigences pour exercer un emploi lié au commerce international (p. ex., passeport, visa, permis de travail).

Impact sur le marché du travail

- répertorier les professions au Canada dont le taux d'emploi a connu une augmentation et celles dont le taux d'emploi a connu une diminution au cours des dernières années en raison de la croissance du commerce international.
- décrire les répercussions du commerce international sur les perspectives d'emploi au Canada.

Comptabilité

Aperçu

La comptabilité, c'est un peu la langue des affaires. Il est difficile d'imaginer une entreprise, voire une personne, qui ne soit pas touchée par la comptabilité. Aussi bien pour le petit magasin du coin que pour une société multinationale, la comptabilité sert à organiser, à comprendre et à communiquer l'information liée à tous les aspects de la situation financière de l'entreprise. En fin de compte, c'est cette compréhension qui aide les intéressés à prendre des décisions d'affaires éclairées. L'intégration des technologies de l'information et de la communication et l'utilisation de logiciels financiers et comptables prépareront les élèves à l'environnement du monde des affaires actuel. Les élèves qui apprennent non seulement les notions de base en comptabilité, mais aussi les raisonnements propres à cette matière et les façons d'appliquer ces connaissances pourront intégrer avec assurance la comptabilité à toute une gamme de carrières.

Domaines d'études

Introduction à la comptabilité financière, 11^e année, cours préuniversitaire/précollégial

- Principes de base de la comptabilité
- Procédures et pratiques comptables
- Contrôle interne, analyse financière et processus décisionnel
- Technologie informatique, questions d'actualité et carrières en comptabilité

Introduction à la comptabilité, 11^e année, cours préemploi

- Principes de base de la comptabilité
- Pratiques et procédures comptables d'une entreprise de service
- Gestion et contrôle de l'encaisse et cycle comptable informatisé
- Prise de décisions, analyse des états financiers et possibilités de carrière

Principes de comptabilité financière, 12^e année, cours préuniversitaire/précollégial

- Cycle comptable
- Pratiques comptables relatives à l'actif
- Société de personnes et société par actions
- Analyse financière et processus décisionnel

Comptabilité de la petite entreprise, 12^e année, cours préemploi

- Entreprise de service et commerce de détail
- Pratiques et procédures comptables
- Immobilisations corporelles, budget et impôt sur le revenu
- Analyse financière, croissance d'une entreprise et questions d'actualité

Introduction à la comptabilité financière, 11^e année, cours préuniversitaire/précollégial

(BAF3M)

Ce cours porte sur les principes et les procédures de base de la comptabilité. L'élève acquiert des connaissances en analyse financière et développe des habiletés en résolution de problèmes qui l'aideront à poursuivre des études ou à s'engager dans une carrière dans le monde des affaires. Les thèmes abordés incluent la comptabilité telle qu'elle est appliquée dans l'entreprise de service et le commerce au détail, la comptabilité informatisée, l'analyse financière ainsi que les questions d'actualité et d'éthique en comptabilité.

Préalable : Aucun

Principes de base de la comptabilité

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer la raison d'être et l'importance de la comptabilité.
- justifier le besoin de rigueur, d'uniformité et d'éthique dans les pratiques comptables.
- comparer les différences qui existent entre certaines formes juridiques d'entreprises.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Raison d'être et importance de la comptabilité

- expliquer l'objectif fondamental de la comptabilité et son importance pour l'entreprise.
- déterminer l'importance des renseignements comptables pour les utilisatrices et utilisateurs internes et externes.
- déterminer l'importance des postulats, des principes et des normes comptables qui sont énoncés dans les principes comptables généralement reconnus (PCGR).

Défis en comptabilité

- expliquer le besoin de rigueur et d'uniformité dans les pratiques comptables (p. ex., transparence, uniformité, présentation des états financiers).
- justifier l'importance de l'éthique en comptabilité.

Formes juridiques d'entreprises

- décrire les caractéristiques des formes juridiques d'entreprises suivantes : l'entreprise individuelle, la société de personnes et la société par actions.
- comparer les avantages et les inconvénients de chacune des formes juridiques d'entreprises : l'entreprise individuelle, la société de personnes et la société par actions.
- présenter la section des capitaux propres de chacune de ces formes juridiques.

Procédures et pratiques comptables

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- appliquer les procédures et les principes comptables à la comptabilisation des opérations d'une entreprise de service.
- appliquer les procédures et les principes comptables à la comptabilisation des opérations d'un commerce de détail.
- appliquer des méthodes alternatives à la comptabilisation des opérations comptables et des taxes diverses.
- appliquer les pratiques comptables dans un environnement informatisé.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Cycle comptable de l'entreprise de service

- évaluer l'effet des opérations sur les éléments de l'équation comptable et les différents postes des états financiers d'une entreprise de service.
- appliquer les règles relatives au débit et au crédit lors de la comptabilisation des opérations aux journaux et aux grands livres d'une entreprise de service.
- dresser une balance de vérification et les états financiers d'une entreprise de service.
- journaliser et reporter les écritures de régularisation et de clôture en fin d'exercice (p. ex., amortissement, charges payées d'avance, produits reçus d'avance).
- décrire les effets des écritures de régularisation et de clôture sur les états financiers d'une entreprise de service.

Cycle comptable d'un commerce de détail

- identifier les principaux éléments comptables qui caractérisent le commerce de détail (p. ex., conditions de paiement, conditions de transport, écritures particulières).
- évaluer l'effet des opérations sur les éléments de l'équation comptable et les différents postes des états financiers d'un commerce de détail.

- appliquer les règles relatives au débit et au crédit lors de la comptabilisation des opérations aux journaux et aux grands livres d'un commerce de détail.
- comparer les méthodes d'inventaire permanent et périodique (p. ex., définition, processus, journalisation).
- dresser une balance de vérification et les états financiers d'un commerce de détail.
- journaliser et reporter les écritures de régularisation et de clôture en fin d'exercice d'un commerce de détail.
- décrire les effets des écritures de régularisation et de clôture sur les états financiers d'un commerce de détail.
- respecter les postulats comptables (p. ex., personnalité de l'entité, continuité de l'exploitation), les principes comptables (p. ex., principe de réalisation, principe du rapprochement des produits et des charges) et les normes comptables dans l'établissement des données comptables et des états financiers d'une entreprise.

Méthodes alternatives et taxes

- décrire des méthodes alternatives de comptabilité (p. ex., journaux auxiliaires, grands livres auxiliaires, journal synoptique) et leur utilité.

- appliquer les étapes de comptabilisation de la taxe de vente provinciale et de la taxe sur les produits et services.

Comptabilité informatisée

- enregistrer, à l'aide d'un logiciel de comptabilité, les opérations d'une entreprise de service.
- enregistrer, à l'aide d'un logiciel de comptabilité, les opérations d'un commerce de détail.
- produire des états financiers à l'aide d'un logiciel (p. ex., tableur, logiciel de comptabilité, traitement de texte).

Contrôle interne, analyse financière et processus décisionnel

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer la raison d'être des procédures d'un système de contrôle interne dans la gestion financière d'une entreprise.
- évaluer le rendement et la situation financière d'une entreprise en analysant ses états financiers.
- décrire l'utilisation des renseignements comptables dans la prise de décisions.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Système de contrôle interne

- décrire les principes de base d'un système de contrôle interne (p. ex., division des tâches, documents de base prénumérotés, rotation du personnel).
- appliquer les procédures de l'exercice du contrôle interne dans les opérations d'une entreprise (p. ex., petite caisse, rapprochement bancaire, pièces justificatives).
- décrire le rôle des états financiers prévisionnels dans la planification, le contrôle et l'évaluation des données financières.
- expliquer le rôle de la vérificatrice ou du vérificateur.

Analyse financière

- expliquer le rôle des sections « Actif à court terme » et « Passif à court terme » dans l'interprétation du bilan.
- analyser les liquidités et la solvabilité d'une entreprise à l'aide de ratios financiers (p. ex., ratios de trésorerie, ratios de financement, rotation des comptes clients) et à l'aide d'analyses horizontale et verticale.
- évaluer la rentabilité d'une entreprise à l'aide de ratios (p. ex., ratio d'exploitation, ratio de la marge bénéficiaire brute, taux du capital investi).

Processus décisionnel

- décrire l'utilisation que les gestionnaires (p. ex., chefs de service, propriétaires) font des renseignements comptables dans le processus décisionnel.
- décrire l'utilisation que les entités extérieures à l'entreprise (p. ex., institutions financières, gouvernements, investisseuses ou investisseurs) font des renseignements comptables pour prendre des décisions.

Technologie informatique, questions d'actualité et carrières en comptabilité

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- évaluer les effets de l'informatisation sur les activités comptables d'une entreprise.
- déterminer l'incidence de questions d'actualité sur les pratiques comptables.
- décrire les rôles des différentes associations de comptables et les possibilités d'emploi en comptabilité.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Effets de l'informatisation

- comparer un système manuel à un système informatisé.
- décrire les effets de l'informatisation en comptabilité (p. ex., sur l'information elle-même, sur le travail du comptable, sur la sécurité des systèmes d'information).
- expliquer les principaux avantages et inconvénients du traitement informatisé des données comptables.

Questions d'actualité

- évaluer les conséquences de la falsification des données financières d'une entreprise (p. ex., perte de confiance, congédiement, fermeture d'entreprise).
- examiner la pertinence d'une révision des pratiques comptables suite à des événements survenus dans le monde des affaires.

Associations de comptables et possibilités d'emploi

- différencier les grandes associations canadiennes de comptables et leur champ d'activités professionnelles respectives (p. ex., comptabilité générale, comptabilité de gestion, fiscalité).
- distinguer les tâches du comptable de celles du commis comptable (p. ex., processus comptable et processus décisionnel).
- examiner les possibilités de carrière exigeant une formation en comptabilité.
- repérer les établissements d'enseignement postsecondaire ou professionnels qui offrent en français des programmes de formation en comptabilité.

Introduction à la comptabilité, 11^e année, cours préemploi

(BAI3E)

Ce cours initie l'élève à la comptabilité financière d'une entreprise de service. L'élève utilise des logiciels d'application pour inscrire des opérations comptables et préparer des états financiers. Le cours lui permet aussi d'apprendre la gestion et le contrôle de l'encaisse et de se familiariser avec le processus de prise de décisions, l'analyse des états financiers ainsi que les possibilités de carrière dans le domaine de la comptabilité.

Préalable : Aucun

Principes de base de la comptabilité

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire la nature et l'importance de la comptabilité dans une entreprise.
- décrire les différentes formes juridiques d'entreprises.
- distinguer les différentes sources de financement d'une entreprise.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Nature et importance de la comptabilité

- décrire le rôle de la comptabilité dans une entreprise.
- identifier les livres et les documents comptables (p. ex., journal, journaux auxiliaires, grands livres auxiliaires, états financiers).
- décrire l'importance du système comptable dans une entreprise.
- expliquer l'importance des postulats comptables, des principes comptables et des normes comptables.

Formes juridiques d'entreprises

- déterminer les caractéristiques des formes juridiques d'entreprises suivantes : l'entreprise individuelle, la société de personnes et la société par actions.
- identifier les principaux avantages et inconvénients de chacune des formes juridiques d'entreprises : l'entreprise individuelle, la société de personnes et la société par actions.
- identifier la forme juridique de différentes entreprises de la communauté.

Sources de financement

- décrire diverses sources de financement pour une entreprise (p. ex., institutions financières, famille, investisseuses ou investisseurs).
- expliquer la raison d'être d'un nantissement lors d'un emprunt.
- identifier les coûts liés à l'emprunt pour financer l'exploitation d'une entreprise (p. ex., intérêts, frais juridiques, frais liés à l'évaluation d'un bien).

Pratiques et procédures comptables d'une entreprise de service

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer les types de comptes d'une entreprise de service.
- appliquer les étapes du cycle comptable à une entreprise de service.
- appliquer les procédures reliées à la comptabilisation des taxes provinciale et fédérale.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Types de comptes

- différencier l'entreprise de service du commerce de détail (p. ex., service de messagerie par opposition à une boutique de chaussures).
- expliquer la relation entre les comptes de l'actif, du passif, de l'avoir du propriétaire, de produits et de charges.
- décrire la relation entre l'inscription au débit et l'inscription au crédit des comptes du bilan et de l'état des résultats.
- appliquer le principe du coût d'origine, le principe d'objectivité et le postulat de l'entité de l'entreprise.
- différencier les transactions ayant un effet sur le bilan de celles ayant un effet sur l'état des résultats.

Cycle comptable

- appliquer les règles de la comptabilité en partie double pour inscrire les opérations.
- appliquer les normes comptables à la journalisation et au report des opérations.
- dresser une balance de vérification.
- dresser un état des résultats et un bilan à partir d'un chiffrer.
- journaliser et reporter les écritures de régularisation telles que les assurances payées d'avance, le loyer payé d'avance, les fournitures de bureau, l'amortissement linéaire et les écritures de clôture.
- énumérer les étapes du cycle comptable selon un ordre chronologique.

Comptabilisation des taxes

- calculer la taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et services.
- comptabiliser les transactions de la taxe de vente provinciale et de la taxe sur les produits et services.
- produire les formulaires de remise des taxes.

Gestion et contrôle de l'encaisse et cycle comptable informatisé

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire le fonctionnement de la petite caisse.
- appliquer les procédures de la gestion de l'encaisse.
- appliquer les étapes requises pour la comptabilisation des opérations et la production des états financiers dans un système informatisé.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Petite caisse

- expliquer les principes de base d'un système de contrôle interne (p. ex., répartition des responsabilités, documents prénumérotés, ruban de caisse enregistreuse).
- expliquer le fonctionnement de la petite caisse.
- comptabiliser les opérations de la petite caisse.
- préparer un formulaire de preuve de caisse quotidienne.

Gestion de l'encaisse

- décrire les procédures de protection de l'encaisse (p. ex., chèques libellés, bordereaux de dépôt s'il y a lieu, endossements).
- dresser un rapprochement bancaire.
- comptabiliser les écritures de régularisation découlant du rapprochement bancaire.

Cycle comptable informatisé

- décrire les avantages de l'utilisation d'un logiciel comptable.
- appliquer les étapes du cycle comptable à l'aide d'un logiciel comptable.
- décrire l'utilité et les limites de différents logiciels (p. ex., logiciel comptable, logiciel, tableur) utilisés dans la comptabilité informatisée.

Prise de décisions, analyse des états financiers et possibilités de carrière

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire l'utilisation des renseignements comptables dans la prise de décisions.
- expliquer l'importance de l'analyse des états financiers.
- déterminer les possibilités de carrière en comptabilité.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Données comptables dans la prise de décisions

- décrire l'utilisation que les gestionnaires (p. ex., chefs de service, directrices ou directeurs, propriétaires) font des renseignements comptables.
- décrire l'utilisation que les entités extérieures à l'entreprise (p. ex., institutions financières, gouvernements, investisseuses ou investisseurs) font des renseignements comptables pour prendre des décisions.

Analyse des états financiers

- comparer l'information fournie par les états financiers d'exercices financiers différents.
- évaluer la capacité d'une entreprise de service à payer ses dettes (p. ex., fonds de roulement, solvabilité, endettement).
- évaluer la capacité d'une entreprise à réaliser des profits (p. ex., analyse des états comparatifs des résultats, coefficients d'exploitation, tendances du secteur).
- démontrer l'importance de la précision dans l'inscription des données et les conséquences des erreurs sur la balance de vérification.

Possibilités de carrière en comptabilité

- déterminer les défis et les avantages de diverses carrières reliées à la comptabilité.
- décrire le rôle et les responsabilités d'associations professionnelles dans le domaine de la comptabilité.
- identifier les éléments importants d'un code d'éthique (p. ex., usage approprié des actifs de l'entreprise, règles contre la discrimination et le harcèlement, usage d'informations confidentielles) dans le domaine de la comptabilité.
- explorer des possibilités de carrière faisant appel à des connaissances en comptabilité, en particulier celles où la connaissance du français constitue un atout, ainsi que les exigences en matière de formation.

Principes de comptabilité financière, 12^e année, cours préuniversitaire/précollégial

(BAT4M)

Ce cours porte sur les principes comptables avancés qui préparent l'élève à entreprendre des études postsecondaires dans le domaine du commerce. L'élève se familiarise avec les états financiers de diverses formes juridiques d'entreprises et examine le rôle et l'incidence des renseignements comptables dans le processus décisionnel. Le cours lui permet aussi de développer des méthodes de comptabilité des actifs d'une entreprise, de s'initier à la comptabilité des partenaires et des corporations, et d'examiner les sources de financement d'une entreprise.

Préalable : Introduction à la comptabilité financière, 11^e année, cours préuniversitaire/précollégial

Cycle comptable

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer les principes comptables généralement reconnus (PCGR).
- appliquer les pratiques comptables de base dans le cycle comptable informatisé d'une entreprise de service et d'un commerce de détail.
- analyser les défis à surmonter dans le domaine de la comptabilité.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Principes comptables

- distinguer entre les postulats comptables, les principes comptables et les normes comptables.
- expliquer les postulats comptables (p. ex., personnalité de l'entité, continuité de l'exploitation, unité monétaire) et les principes comptables (p. ex., principe de réalisation, principe de la permanence des conventions comptables, principe du rapprochement des produits et des charges).
- établir les relations qui existent entre les PCGR et les procédures et pratiques comptables.
- décrire le rôle et l'influence de différentes organisations sur le développement et l'évolution des PCGR (p. ex., associations comptables, bureaux de crédit, Agence du revenu du Canada).

Cycle comptable informatisé

- enregistrer, à l'aide d'un logiciel comptable, les opérations d'une entreprise de service et d'un commerce de détail.
- dresser, à l'aide d'un logiciel comptable, la balance de vérification et les états financiers d'une entreprise de service et d'un commerce de détail.
- enregistrer les écritures de régularisation et de clôture, de contre-passation et de réouverture, à l'aide d'un logiciel comptable.

Défis en comptabilité

- expliquer l'incidence des questions d'éthique sur les pratiques comptables.
- analyser les conséquences de questions d'actualité (p. ex., application des PCGR, mondialisation des pratiques comptables, fraude, falsification des états financiers) sur la comptabilité financière.
- évaluer l'impact de l'évolution de la technologie sur la comptabilité (p. ex., gestion des stocks, financement).

Pratiques comptables relatives à l'actif

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- appliquer les procédures comptables relatives aux éléments de l'actif à court terme.
- expliquer les procédures relatives à la comptabilisation des stocks.
- décrire les différentes méthodes de traitement comptables relatives aux immobilisations.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Actif à court terme

- journaliser les écritures relatives aux opérations pour les différentes modalités de vente (p. ex., compte client, carte de crédit, carte bancaire).
- comptabiliser les opérations relatives aux comptes clients, telles que l'estimation des créances douteuses, la radiation des créances douteuses et le recouvrement des créances radiées.
- expliquer les procédures comptables des effets à recevoir.

Comptabilisation des stocks

- comparer les méthodes de l'inventaire permanent et de l'inventaire périodique dans la comptabilisation des stocks.
- appliquer les méthodes d'évaluation des stocks, telles que la méthode du coût d'achat réel, la méthode du coût moyen pondéré, la méthode de l'épuisement successif et la méthode de l'épuisement à rebours.
- expliquer les effets de chacune des méthodes d'évaluation des stocks sur les états financiers.
- démontrer les effets des erreurs d'évaluation des stocks sur les états financiers.
- analyser l'impact de la technologie sur la gestion et le contrôle des stocks.

Immobilisations

- distinguer une dépense en capital d'une dépense d'exploitation.
- déterminer les éléments du coût des ressources naturelles, des immobilisations corporelles et incorporelles.
- analyser les méthodes d'amortissement (p. ex., méthode de l'amortissement linéaire, méthode de l'amortissement proportionnel à l'utilisation, méthode d'amortissement dégressif) et leur impact sur les états financiers.
- enregistrer les écritures comptables liées à l'amortissement des immobilisations corporelles (p. ex., méthodes de calcul, révision des taux, cession des immobilisations).
- journaliser les écritures relatives aux ressources naturelles et aux immobilisations incorporelles (p. ex., brevets d'invention, marques de commerce, droits d'auteur).

Société de personnes et société par actions

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- appliquer les pratiques comptables relatives à une société de personnes.
- appliquer les pratiques comptables relatives à une société par actions.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Comptabilité d'une société de personnes

- expliquer les différences entre la société en commandite et la société en nom collectif.
 - journaliser les écritures pour enregistrer la formation d'une société, l'admission ou le retrait d'une associée ou d'un associé ainsi que la liquidation d'une société.
 - comptabiliser le partage des bénéfices ou des pertes d'une société de personnes entre les associées et associés selon les ententes de partenariat (p. ex., pourcentages convenus d'avance, en proportion des capitaux investis, en fonction de la rémunération du travail effectué).
 - dresser l'état de l'avoir de chaque associée ou associé dans une société de personnes.
- journaliser les écritures pour enregistrer la déclaration et la distribution des dividendes.
 - déterminer l'impact de diverses formes de distribution des dividendes sur l'avoir des actionnaires (p. ex., dividendes en espèces, dividendes en nature, dividendes en actions).
 - dresser les états financiers d'une société par actions, notamment l'état des résultats, l'état des bénéfices non répartis et le bilan.

Comptabilité d'une société par actions

- expliquer la constitution et la gestion d'une société par actions, notamment le fonctionnement, les types de sociétés et les types d'actions.
- comptabiliser les écritures relatives aux actions ordinaires et privilégiées (p. ex., émission d'actions, souscription d'actions, rachat d'actions).

Analyse financière et processus décisionnel

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- comparer les sources de financement d'une entreprise.
- utiliser les techniques d'analyse financière pour analyser et interpréter les états financiers d'une entreprise.
- évaluer les forces et les faiblesses d'une entreprise à partir de l'analyse de son rapport annuel.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Sources de financement

- expliquer les caractéristiques du financement à long terme (p. ex., obligations, effets à payer, emprunts) et du financement par actions (p. ex., vente d'actions ordinaires, participatives ou privilégiées).
- comparer les avantages et les inconvénients du financement à long terme par rapport au financement par actions.
- décrire d'autres sources de financement pour une entreprise (p. ex., capital de risque, prêts, subventions gouvernementales).

Analyse financière

- analyser l'évolution de la situation financière d'une entreprise d'un milieu francophone à l'aide des analyses verticale et horizontale des états financiers.
- analyser les états financiers d'une entreprise à l'aide de ratios (p. ex., ratios de trésorerie, ratios de financement, ratios de rentabilité).

- évaluer les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation, d'investissement et de financement.
- évaluer le rôle et l'incidence de l'analyse financière dans le processus décisionnel en comptabilité.

Rapport annuel

- expliquer l'importance d'avoir des sections communes dans les rapports annuels des entreprises.
- analyser les différences dans les rapports annuels d'entreprises (p. ex., d'une même entreprise d'une année à l'autre, de deux entreprises semblables) qui publient leurs états financiers en français.
- évaluer la situation actuelle d'une entreprise et les tendances qui se dégagent de l'analyse financière de son rapport annuel.

Comptabilité de la petite entreprise, 12^e année, cours préemploi

(BAN4E)

Ce cours permet à l'élève d'approfondir les principes de base de la comptabilité en étudiant chaque composante du cycle comptable, en particulier dans le contexte du commerce de détail. L'élève utilise les logiciels d'application pour étudier les pratiques de comptabilité actuelles en milieu de travail. Le cours lui permet aussi d'examiner le traitement de la paie, le contrôle des stocks, les journaux auxiliaires et les grands livres auxiliaires, l'impôt sur le revenu, le budget et l'analyse financière.

Préalable : Introduction à la comptabilité, 11^e année, cours préemploi

Entreprise de service et commerce de détail

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- appliquer les principes et les pratiques comptables régissant l'entreprise de service.
- appliquer les principes et les pratiques comptables régissant le commerce de détail.
- décrire les systèmes de gestion des stocks.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Entreprise de service

- décrire les principes comptables généralement reconnus (PCGR) (p. ex., personnalité de l'entité, continuité de l'exploitation, principe du rapprochement des produits et des charges, principe de réalisation).
- appliquer les pratiques comptables (p. ex., journalisation, régularisation et établissement des états financiers).
- appliquer, à l'aide d'un logiciel comptable, les étapes du cycle comptable, de la journalisation à la clôture des comptes.
- comparer les étapes relatives à la clôture des comptes d'un système manuel à celles d'un système informatisé.

Commerce de détail

- appliquer les PCGR et les pratiques comptables relatives au commerce de détail.
- décrire les comptes relatifs à la comptabilisation des opérations pour un commerce de détail (p. ex., stocks de marchandises, achats, rendus, rabais).
- comptabiliser les taxes de vente au détail (p. ex., achats, ventes, rendus).
- appliquer les étapes du cycle comptable dans un commerce de détail à l'aide d'un logiciel comptable.

- dresser les états financiers d'un commerce de détail, notamment un état des résultats comprenant une section détaillée du coût des marchandises vendues ainsi que le bilan ordonné.
- distinguer les états financiers du commerce de détail de ceux de l'entreprise de service.

Gestion des stocks

- déterminer quand et comment s'effectue un inventaire physique.
- distinguer la méthode de l'inventaire périodique de la méthode de l'inventaire permanent.
- comptabiliser les diverses opérations d'un commerce de détail selon le système d'inventaire périodique et le système d'inventaire permanent.
- calculer et interpréter le délai moyen de la rotation des stocks.
- décrire les mesures de protection des stocks (p. ex., code magnétique, caméras de surveillance, répartition des tâches).
- appliquer les principes et les procédures comptables pour gérer les stocks d'un commerce de détail, à l'aide d'un logiciel de gestion des stocks.

Pratiques et procédures comptables

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire l'utilisation des différents journaux auxiliaires et grands livres auxiliaires.
- décrire la gestion des créances dans un commerce de détail.
- décrire les procédures comptables relatives au traitement de la paie.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Journaux auxiliaires et grands livres auxiliaires

- journaliser les transactions dans un journal synoptique à l'aide d'un logiciel informatique.
- comptabiliser les opérations d'un commerce de détail dans un système de journaux auxiliaires et de grands livres auxiliaires à l'aide d'un logiciel comptable.
- comparer les avantages et les inconvénients d'un système de journaux auxiliaires et de grands livres auxiliaires à ceux d'un journal synoptique.

Gestion des créances

- journaliser les opérations relatives aux ventes (p. ex., rendus, rabais, ventes réglées au moyen de cartes de crédit).
- expliquer l'importance d'obtenir des renseignements précis sur les clients.
- décrire les moyens qu'une entreprise doit adopter afin d'atténuer les risques associés à la vente à crédit (p. ex., étude de la cote de solvabilité des clients, politique de crédit, politique de recouvrement).
- estimer les créances douteuses selon la méthode fondée sur les résultats (ventes) et la méthode fondée sur le bilan (comptes clients).

Traitement de la paie

- décrire les documents relatifs au traitement de la paie (p. ex., formulaire TD1, état de la rémunération T4, bordereau de paie).
- expliquer les différentes formes de rémunération (p. ex., tarif horaire, tarif à la pièce, commission).
- décrire les retenues à la source (p. ex., retenues obligatoires, retenues conventionnées, retenues facultatives).
- comptabiliser les opérations relatives à la paie à l'aide d'un logiciel comptable.

Immobilisations corporelles, budget et impôt sur le revenu

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- appliquer les opérations relatives aux immobilisations corporelles.
- décrire le processus budgétaire.
- appliquer les étapes requises pour remplir une déclaration de revenus et de prestations.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Immobilisations corporelles

- déterminer les éléments qui font partie du coût d'acquisition d'une immobilisation corporelle (p. ex., prix d'achat, frais de transport, frais d'installation).
- expliquer les méthodes du calcul de l'amortissement (p. ex., amortissement linéaire, amortissement dégressif, unités d'œuvre).
- journaliser les opérations relatives à l'acquisition et à l'amortissement des immobilisations corporelles, telles que le matériel et le bâtiment.

Budget

- expliquer l'importance d'élaborer un budget.
- déterminer le rôle du budget d'une entreprise dans la prise de décisions.
- comparer le budget réel au budget prévisionnel d'une entreprise afin d'évaluer son rendement.
- élaborer un budget de caisse à partir des états financiers actuels d'une entreprise.

Déclaration de revenus et de prestations

- remplir une déclaration personnelle de revenus et de prestations (formulaire T1 générale).
- remplir une déclaration de revenus et de prestations relative à une petite entreprise (p. ex., état des résultats des activités d'une entreprise – formulaire T2124).

Analyse financière, croissance d'une entreprise et questions d'actualité

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- évaluer la situation financière d'une entreprise.
- décrire les particularités comptables relatives à la croissance d'une entreprise.
- déterminer l'incidence des questions d'actualité sur les pratiques comptables.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Situation financière d'une entreprise

- évaluer la situation financière d'une entreprise francophone, après avoir analysé ses états financiers (p. ex., rentabilité, possibilités d'expansion).
- analyser la santé financière actuelle et future d'une entreprise francophone (p. ex., analyse de l'état de liquidité, du rapport ventes nettes/créances irrécouvrables).
- démontrer l'utilisation de diverses données financières (p. ex., point de vue de l'investisseuse ou de l'investisseur, point de vue de la créancière ou du créancier).

Croissance d'une entreprise

- préciser les raisons pour lesquelles une personne en affaires choisit une forme juridique d'entreprise particulière (p. ex., ajout d'une associée ou d'un associé, croissance du commerce, constitution en personne morale pour des fins fiscales) suite à la croissance de son entreprise.
- comparer la section des capitaux d'une entreprise individuelle, d'une société de personnes et d'une société par actions.
- présenter les étapes nécessaires pour constituer une société.

Questions d'actualité

- expliquer la nécessité d'assurer la sécurité et la sauvegarde des données comptables pour une entreprise.
- analyser des situations qui requièrent un jugement éthique de la part de la comptable ou du comptable d'une petite entreprise (p. ex., non déclaration des ventes au comptant, manipulation des données lors de l'inventaire des stocks, exagération de certains coûts).
- décrire les compétences d'employabilité requises pour une personne qui aspire à une carrière en comptabilité (p. ex., travail en équipe, habiletés en communication, autonomie).

Entrepreneuriat

Aperçu

Dans un monde qui évolue à un rythme de plus en plus rapide et où les défis comme les chances d'avenir abondent, les élèves doivent aiguiser leur esprit d'entreprise, tant dans leur vie personnelle qu'au travail, en créant leur propre affaire ou en faisant preuve d'un esprit entrepreneurial dans divers organismes qui contribuent à l'avancement de notre société. La nécessité de posséder un esprit d'entreprise est encore plus prononcée de nos jours avec la croissance exponentielle du commerce électronique et les opportunités économiques qu'il présente. Les élèves auront l'occasion d'acquérir les connaissances, les compétences et les attributs de personnes qui deviennent des entrepreneures et entrepreneurs ou des employées et employés entrepreneuriaux en produisant une campagne de promotion pour un bien, un service ou un événement ou en élaborant un plan d'affaires pour une entreprise traditionnelle ou virtuelle. Les élèves utiliseront ces habiletés pour apprendre à résoudre des problèmes personnels et professionnels de façon créative, à accueillir les changements avec ouverture d'esprit et à les gérer avec succès.

Domaines d'études

Introduction à l'entrepreneuriat, 11^e année, cours précollégial

- Esprit entrepreneurial
- Idées et occasions d'affaires
- Plan d'affaires
- Élaboration d'un plan d'affaires

Esprit entrepreneurial, 11^e année, cours ouvert

- Évolution du milieu de travail
- Employées et employés entrepreneuriaux
- Habiletés entrepreneuriales
- Expériences entrepreneuriales

Entrepreneuriat : planification d'une entreprise, 12^e année, cours précollégial

- Démarrage d'une entreprise traditionnelle ou virtuelle
- Projet d'entreprise
- Préparation au lancement de l'entreprise
- Marché cible
- Élaboration d'un plan d'affaires

Introduction à l'entrepreneuriat, 11^e année, cours précollégial

(BDI3C)

Ce cours traite du processus entrepreneurial. L'élève découvre de quelle façon les entrepreneurs et entrepreneurs prospères reconnaissent les occasions d'affaires, trouvent des idées et organisent leurs ressources afin de lancer des projets ou des entreprises qui leur permettent d'atteindre leurs buts. L'élève élabore un plan d'affaires pour une entreprise de l'école ou dans la communauté et, à travers cette expérience, découvre les valeurs, les qualités et les habiletés qui sont à la base des activités entrepreneuriales.

Préalable : Aucun

Esprit entrepreneurial

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser les caractéristiques et les contributions d'une personne ayant l'esprit entrepreneurial.
- analyser les caractéristiques d'une entrepreneure ou d'un entrepreneur.
- évaluer les contributions importantes d'entrepreneures et d'entrepreneurs au développement de leur communauté.
- évaluer ses aptitudes entrepreneuriales.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Personnes entrepreneuriales

- décrire les caractéristiques, les motivations, les attitudes, les habiletés et les aptitudes d'une personne entrepreneuriale.
- identifier des personnes entrepreneuriales de l'Ontario et du reste du Canada (p. ex., Gisèle Lalonde, Terry Fox, Jacques Plante, Lise Paiement, Michael Duck).
- décrire les contributions d'élèves qui démontrent un esprit entrepreneurial (p. ex., publication du journal de l'école ou du livre de l'année, collecte de fonds) dans l'école et la communauté.
- analyser les avantages personnels d'être une personne entrepreneuriale.
- expliquer diverses façons de développer son esprit entrepreneurial (p. ex., organiser une exposition, créer un club de philatélie, organiser un tournoi sportif).

Entrepreneures et entrepreneurs

- décrire les caractéristiques, les motivations, les attitudes, les habiletés et les aptitudes d'une entrepreneure ou d'un entrepreneur.
- distinguer une entrepreneure ou un entrepreneur d'une personne entrepreneuriale.

- expliquer les défis auxquels font face les jeunes entrepreneures et entrepreneurs (p. ex., manque d'expérience et de connaissances, aucun antécédent en matière de crédit, aucun bien à donner en garantie) ainsi que des stratégies pour relever ces défis (p. ex., mentor, programmes de commandites).
- déterminer comment diverses personnes ont développé les habiletés (p. ex., habiletés à négocier, habiletés interpersonnelles, habiletés à gérer l'argent) nécessaires pour devenir des entrepreneures ou entrepreneurs accomplis.

Contributions d'entrepreneures et d'entrepreneurs

- décrire les façons dont les entrepreneures ou entrepreneurs s'y prennent pour satisfaire leur clientèle (p. ex., résolution de problèmes, innovation, invention, concurrence).
- expliquer divers aspects de la relation entre l'activité entrepreneuriale et la création d'emplois et de richesses (p. ex., situation du marché du travail, sources de capital de risque, prospérité de la communauté).

- décrire comment des entrepreneures et entrepreneurs francophones de l'Ontario, du Canada et d'ailleurs dans le monde ont contribué au développement de leur communauté (p. ex., création d'emplois, avantages politiques et économiques, stimulation de la production de biens et de services).
- évaluer la contribution d'entrepreneures et d'entrepreneurs autochtones au monde des affaires (p. ex., Michaellee Lazore [produits de bain et des soins corporels], Phoebe et Warren Sutherland [restauration], Laura Milliken [productions cinématographiques]).
- décrire comment les entrepreneures et entrepreneurs sont des agentes et agents de changement (p. ex., développement de nouveaux produits, de nouveaux modes de production ou de nouvelles façons de faire des affaires).
- expliquer l'importance de l'éthique et de la responsabilité sociale dans l'exploitation d'une entreprise. (p. ex., pratiques loyales en matière d'emploi, respect des droits des employées et employés, protection de l'environnement).

Aptitudes entrepreneuriales

- décrire des situations qui lui ont permis de démontrer son esprit entrepreneurial.
- analyser des occasions d'apprentissage qui ont été propices au développement de ses habiletés et de ses caractéristiques entrepreneuriales.
- évaluer ses caractéristiques et ses habiletés entrepreneuriales.

Idées et occasions d'affaires

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer l'importance de l'invention et de l'innovation.
- analyser différentes méthodes pour identifier des occasions et générer des idées d'affaires lors du démarrage d'une entreprise.
- déterminer de nouvelles idées et des occasions d'affaires réalistes visant à créer une entreprise à l'école ou dans la communauté francophone.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Invention et innovation

- distinguer l'invention de l'innovation (p. ex., le téléphone et le téléphone cellulaire, l'automobile et l'automobile électrique).
- identifier des inventions et des innovations canadiennes (p. ex., la fermeture éclair, la motoneige, la crosse, le patin à roulettes, le bras canadien, le satellite *Alouette*).
- évaluer l'impact que ces inventions et ces innovations ont eu sur la qualité de la vie de la population canadienne et de la communauté francophone.
- expliquer le lien entre l'innovation et la technologie.
- décrire comment des entrepreneurs et entrepreneures francophones du Canada ont utilisé leurs inventions ou innovations pour créer de nouvelles entreprises (p. ex., Guy Laliberté et le Cirque du Soleil).

Sources d'idées et d'occasions d'affaires

- distinguer une idée d'affaires d'une occasion d'affaires.
- expliquer comment des occasions d'affaires peuvent découler des besoins et des désirs des consommatrices et consommateurs.
- décrire comment des besoins ou des désirs semblables ont été satisfaits de différentes façons (p. ex., la médecine orientale ou la médecine occidentale, les méthodes de

guérison des peuples autochtones ou les méthodes traditionnelles de guérison, les produits biologiques ou les produits génétiquement modifiés).

- analyser, en utilisant diverses sources (p. ex., livres, magazines, inforoutes, observations personnelles, statistiques de sources privées ou publiques), les tendances économiques et sociales actuelles (p. ex., urbanisation, vieillissement de la population, diversité culturelle croissante, mondialisation) pour trouver des idées et identifier des occasions d'affaires.

Recherche d'idées et d'occasions d'affaires

- déterminer des besoins et des désirs non satisfaits à l'école ou dans la communauté francophone (p. ex., insuffisance de fournitures scolaires, manque d'argent pour une activité parascolaire ou communautaire).
- utiliser des stratégies de pensée créative (p. ex., remue-méninges, arbre conceptuel) pour générer des idées et trouver des solutions à un problème dans l'école ou dans la communauté, en vue de créer une entreprise.
- établir une liste d'idées et d'occasions d'affaires découlant de besoins ou de désirs non satisfaits à l'école ou dans la communauté francophone, en utilisant un modèle de résolution de problèmes.

Plan d'affaires

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- évaluer l'importance d'élaborer un plan d'affaires.
- expliquer les étapes de rédaction d'un plan d'affaires.
- démontrer l'importance de l'évaluation et de la révision d'un plan d'affaires.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Importance d'un plan d'affaires

- décrire le but d'un plan d'affaires.
- démontrer l'importance d'avoir un plan d'affaires rédigé et organisé selon un modèle standard de présentation.
- déterminer les personnes ou les institutions francophones de la communauté qui pourraient être intéressées par le plan d'affaires d'une entreprise (p. ex., institutions financières, investisseuses et investisseurs, conseillères et conseillers).

Rédaction d'un plan d'affaires

- décrire les composantes qui constituent le plan d'affaires (p. ex., sommaire de l'entreprise, étude de marché, analyse des ressources, plan de production, plan de marketing, plan financier).
- déterminer les sources de référence et de consultation en français pouvant faciliter l'élaboration d'un plan d'affaires (p. ex., Centre d'aide aux petites entreprises, Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs, Entreprise autochtone Canada, Association des femmes d'affaires francophones, Association des gens d'affaires et des professionnels noirs).

- explorer des logiciels informatiques provenant des institutions financières, des organismes gouvernementaux ou des entreprises privées qui facilitent la préparation d'un plan d'affaires, en particulier les logiciels qui offrent des services en français.

Évaluation et révision d'un plan d'affaires

- décrire la nécessité pour un plan d'affaires d'être flexible et adaptable.
- prévoir les conditions susceptibles de mener à une révision du plan d'affaires (p. ex., ne répond pas aux exigences de l'institution financière, style inapproprié, langage incorrect, affirmations gratuites).
- expliquer comment des gens dans la communauté (p. ex., entrepreneures et entrepreneurs, famille, camarades, personnel des institutions financières) peuvent contribuer à l'évaluation et à la révision d'un plan d'affaires.

Élaboration d'un plan d'affaires

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- mener une étude de marché pour déterminer une occasion d'affaires, à l'école ou dans la communauté francophone, qui pourrait servir d'expérience entrepreneuriale réaliste.
- analyser les ressources nécessaires pour créer une entreprise.
- élaborer un plan de production pour l'entreprise choisie.
- élaborer un plan de marketing pour l'entreprise choisie.
- élaborer un plan financier pour l'entreprise choisie.
- produire un plan d'affaires pour l'entreprise choisie.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Étude de marché

- décrire diverses méthodes de collecte d'informations pour atteindre des marchés cibles potentiels (p. ex., sondage téléphonique, sondage par Internet, distribution d'un questionnaire) et pour déterminer la demande pour un bien, un service ou un événement.
- décrire les caractéristiques de marchés cibles potentiels (p. ex., variables démographiques, géographiques, socioéconomiques).
- évaluer (p. ex., en utilisant le modèle F. F. P. M. [Forces, Faiblesses, Possibilités, Menaces]) la concurrence possible pour le nouveau bien, service ou événement.
- évaluer les occasions d'affaires pour déterminer leur viabilité (p. ex., déterminer la demande, évaluer la concurrence, la rentabilité).
- évaluer les occasions d'affaires selon ses habiletés et ses intérêts personnels.
- utiliser un modèle de prise de décisions pour choisir une occasion d'affaires spécifique (p. ex., bal des finissants, entretien de pelouses, recyclage de meubles) qui servira d'élément de base pour la création d'une entreprise à l'école ou dans la communauté francophone.

Analyse des ressources

- cibler les besoins en immobilisations corporelles de différents types d'entreprises (p. ex., terrains, bâtiments, équipement) et les services habituellement nécessaires lors du démarrage d'une entreprise (p. ex., éclairage, chauffage, électricité, communication, technologie).
- comparer les diverses formes juridiques d'entreprises (p. ex., entreprise à propriétaire unique, entreprise en nom collectif, société par actions, coopérative, franchise) afin de choisir la plus appropriée pour son entreprise.
- examiner les exigences juridiques et gouvernementales à considérer lors du démarrage d'une entreprise dans son école ou dans la communauté (p. ex., permis, enregistrement des titres, assurances pour l'immeuble, l'équipement, les véhicules).
- déterminer les besoins en ressources humaines de différents types d'entreprises (p. ex., conseillères et conseillers professionnels, main-d'œuvre spécialisée, partenaires, fournisseurs).

Plan de production

- décrire le processus suivi pour fabriquer un nouveau bien, offrir un nouveau service ou préparer un événement.
- analyser les facteurs déterminants lors de l'achat de biens pour une entreprise (p. ex., sources d'approvisionnement, coûts des matières premières ou de l'équipement, options de location, d'achat, de bail).
- expliquer l'importance de la gestion des stocks pour l'entrepreneure ou l'entrepreneur.
- analyser un plan de production (p. ex., à partir d'une étude de cas).
- produire un plan de production pour la nouvelle entreprise.

Plan de marketing

- comparer des canaux de distribution d'un bien ou d'un service spécifique (p. ex., producteur-consommateur, producteur-grossiste-détaillant-consommateur).
- comparer différentes façons d'annoncer et de promouvoir une entreprise (p. ex., annonce à la radio, à la télévision, panneau publicitaire).
- expliquer les méthodes utilisées pour fixer le prix approprié d'un nouveau produit (p. ex., méthode du prix de revient majoré, prix psychologique, prix d'appel, prix d'écrémage).
- élaborer un plan de marketing pour lancer un nouveau bien, service ou événement dans son école ou dans la communauté francophone.

Plan financier

- analyser les principaux objectifs financiers d'une entrepreneure ou d'un entrepreneur qui crée une entreprise (p. ex., profits, rendement du capital investi, part du marché, production, seuil de rentabilité).

- comparer les avantages et les inconvénients des différentes sources et méthodes de financement pour une nouvelle entreprise (p. ex., subventions gouvernementales, investissements privés, émissions d'actions).
- analyser l'importance du budget de caisse pour une nouvelle entreprise.
- expliquer comment une entrepreneure ou un entrepreneur détermine la valeur du capital initial nécessaire pour lancer une entreprise.
- déterminer des options pour réduire au minimum les coûts de démarrage et les risques financiers d'une entreprise.
- produire un plan financier pour la nouvelle entreprise dans l'école ou dans la communauté francophone.

Production du plan d'affaires

- préparer le sommaire de la nouvelle entreprise (p. ex., description de l'entreprise, mission et vision de l'entreprise, description des biens ou services).
- préparer le plan d'affaires (p. ex., page titre, table des matières, calendrier de développement de l'entreprise, annexes [sommaire de l'entreprise, étude de marché, ressources, plan de production, plan de marketing, plan financier]) à l'aide d'un logiciel approprié (p. ex., logiciel d'édition, logiciel spécialisé dans l'élaboration de plans d'affaires).
- produire une version révisée et finale du plan d'affaires à la suite d'une révision critique faite auprès de gens de la communauté.
- présenter oralement la version finale du rapport d'affaires (p. ex., présentation devant la classe, entrevue).

**Esprit entrepreneurial,
11^e année, cours ouvert****(BDP3O)**

Ce cours traite de l'importance pour toute entreprise appelée à évoluer rapidement dans un marché concurrentiel de pouvoir compter au sein de son personnel sur des gens qui ont l'esprit entrepreneurial. L'élève apprend à reconnaître les attributs et les habiletés des employées et employés entrepreneuriaux ainsi que les caractéristiques d'un milieu de travail stimulant. L'élaboration d'un plan de promotion pour un bien, un service ou un événement lui permet d'acquérir des connaissances et des compétences entrepreneuriales.

Préalable : Aucun

Évolution du milieu de travail

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer les principaux facteurs qui influent sur le marché du travail.
- analyser les tendances récentes du milieu de travail et du marché de l'emploi.
- évaluer les effets de l'évolution du travail sur les ressources humaines.
- analyser les caractéristiques d'un environnement de travail qui favorise l'esprit entrepreneurial.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Marché du travail

- décrire les caractéristiques du marché du travail canadien (p. ex., éducation, formation, rendement, expertise technologique, taux salarial, syndicalisation).
- déterminer les facteurs qui influent sur la demande de main-d'œuvre (p. ex., niveau de ventes, méthodes de production, changements technologiques, types de produit).
- déterminer les facteurs qui influent sur l'offre de main-d'œuvre (p. ex., démographie, niveau de scolarité, immigration, spécialisation, programmes de formation, mobilité).

Tendances du milieu de travail

- décrire les facteurs de changements dans le milieu de travail au Canada (p. ex., changements technologiques, concurrence, mondialisation, commerce électronique).
- décrire les différents types de travail (p. ex., métier qualifié, métier spécialisé, métier non spécialisé, profession).
- interpréter les statistiques du marché de l'emploi dans sa communauté pour déterminer le nombre et le genre d'emplois disponibles.
- analyser les tendances récentes du marché de l'emploi (p. ex., travail à domicile, à forfait, à temps partiel, autonome) et leurs causes.

- décrire comment les changements dans le marché du travail ont modifié la façon de faire des affaires (p. ex., épargne liée à l'utilisation du travail à temps partiel ou à contrat, augmentation des investissements dans les technologies de l'information).

Ressources humaines

- décrire les compétences d'employabilité selon Ressources humaines et Développement social.
- établir la relation entre le niveau de scolarité, le genre d'emploi et les possibilités d'emploi.
- décrire les conséquences de la nature changeante du travail sur son plan de carrière.
- décrire les principaux avantages et inconvénients du travail à forfait, du travail rémunéré à la commission et du travail salarié pour l'employeuse ou l'employeur, pour l'employée ou l'employé.
- déterminer des formes de rémunération ou de prime de rendement pour motiver les personnes entrepreneuriales (p. ex., régime de soins dentaires, véhicule fourni par l'entreprise, compte de dépenses, participation aux bénéfices bruts et nets).

Environnement de travail et esprit entrepreneurial

- analyser les conditions économiques (p. ex., concurrence, besoin d’augmenter la productivité ou d’innover) d’un milieu de travail qui stimule l’esprit entrepreneurial.
- décrire des conditions de travail qui pourraient attirer ou motiver une personne ayant un esprit entrepreneurial (p. ex., politique de promotion, heures de travail, structure organisationnelle).
- expliquer le lien entre un environnement de travail qui favorise un esprit entrepreneurial et la productivité et l’efficacité des employées et employés.

Employées et employés entrepreneuriaux

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire les attitudes et les attributs d'une employée ou d'un employé entrepreneurial.
- expliquer la réaction des employées ou employés entrepreneuriaux face à l'incertitude ou au risque en milieu de travail.
- décrire les contributions des personnes entrepreneuriales dans une entreprise.
- analyser les caractéristiques d'une direction qui recherche du personnel ayant l'esprit entrepreneurial.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Attitudes et attributs

- définir l'expression « employée ou employé entrepreneurial ».
- classer les attitudes et les attributs entrepreneuriaux selon qu'ils sont innés ou appris.
- distinguer une personne entrepreneuriale d'une entrepreneure ou d'un entrepreneur (p. ex., attitudes, attributs, habiletés).
- identifier les qualités démontrées par des personnes entrepreneuriales francophones de sa région, de l'Ontario, du Canada et d'ailleurs dans l'exercice de leur leadership.
- expliquer les raisons et les motivations pour lesquelles certaines personnes travaillent de façon entrepreneuriale (p. ex., niveau élevé de contrôle, besoin de s'accomplir).
- déterminer des occasions pour exercer et développer des attitudes ou des attributs entrepreneuriaux.
- décrire des attitudes et des attributs qui peuvent entraver le succès d'une personne entrepreneuriale (p. ex., soif du pouvoir, mégalomanie, égocentrisme, inaptitude à travailler en équipe, recherche immodérée du profit).

Incertitude et risque

- décrire les approches utilisées par une personne entrepreneuriale face à une situation nouvelle ou incertaine (p. ex., attitude positive, ouverture d'esprit, découverte de nouvelles possibilités).
- décrire les risques qu'une personne entrepreneuriale est prête à assumer (p. ex., rejet d'une idée, prise en charge des résultats).
- déterminer des façons dont les personnes entrepreneuriales gèrent le risque (p. ex., communication et planification efficaces, travail d'équipe, recherche d'experts, mise au point de prototypes, consultation).
- expliquer les raisons qui incitent des personnes entrepreneuriales à assumer des risques dans leur milieu de travail (p. ex., améliorer un produit, améliorer les chances de succès, augmenter le seuil de rentabilité).

Contributions des personnes entrepreneuriales

- décrire des situations où des personnes entrepreneuriales peuvent rendre l'entreprise plus concurrentielle grâce à leur esprit créatif ou à leur esprit innovateur.

- démontrer les bienfaits d'une productivité améliorée pour l'entreprise et le personnel.
 - décrire les contributions de personnes entrepreneuriales (p. ex., Alphonse Desjardins, Guy Laliberté, Lise Watier) en milieu de travail.
 - décrire les facteurs (p. ex., financement, éducation, attitudes sociales, économie) qui ont aidé ou entravé l'entrepreneuriat chez divers groupes (p. ex., peuples autochtones, femmes, personnes handicapées, nouveaux immigrants) dans le passé et ceux qui le rendent possible aujourd'hui.
- Direction**
- décrire les attitudes et les attributs personnels d'une direction qui recherche et encourage des personnes ayant un esprit entrepreneurial.
 - expliquer pourquoi la direction d'une entreprise valorise ou ne valorise pas les talents d'une personne entrepreneuriale.
 - décrire les facteurs contrôlables et incontrôlables par la direction (p. ex., styles de leadership, méthodes de planification du travail, type d'industrie, cycle de vie de l'entreprise) qui influent sur le développement de l'esprit entrepreneurial.
 - expliquer les caractéristiques d'une structure organisationnelle qui encourage l'esprit entrepreneurial chez son personnel (p. ex., contrôle décentralisé, délégation de pouvoir, structure des équipes).
 - décrire les défis à relever pour recruter et retenir des employées et employés entrepreneuriaux.
 - analyser des solutions de rechange qui s'offrent à la direction face à l'échec du projet d'une personne entrepreneuriale.

Habilités entrepreneuriales

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser les principales habiletés d'une personne entrepreneuriale.
- évaluer ses progrès dans l'acquisition d'habiletés entrepreneuriales.
- analyser des activités et des expériences qui développent les habiletés entrepreneuriales.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Analyse des habiletés

- expliquer la nature et l'importance des habiletés en communication pour une employée ou un employé ayant l'esprit entrepreneurial.
- expliquer la nature et l'importance de la pensée créative, de l'esprit critique et de l'habileté à résoudre des problèmes pour une employée ou un employé.
- décrire les moyens qui permettent l'apprentissage et le perfectionnement continuels des habiletés entrepreneuriales.
- décrire les habiletés en gestion personnelle (p. ex., planification, organisation, direction, contrôle) qui sont importantes pour une employée ou un employé entrepreneurial.

Progrès personnels

- décrire des situations où son comportement entrepreneurial s'est affirmé ou pas.
- analyser les mérites personnels à devenir une personne entrepreneuriale.
- analyser ses réussites et ses passe-temps pour déterminer ses habiletés entrepreneuriales.
- analyser ses habiletés entrepreneuriales particulières et celles à développer.

Occasions entrepreneuriales

- identifier des occasions à l'école (p. ex., tutorat, éducation coopérative, expérience de travail, équipe sportive, conseil d'élèves) qui peuvent contribuer au développement d'habiletés entrepreneuriales.
- évaluer les activités dans un travail à temps partiel ou de bénévolat propices au développement d'attributs et d'habiletés entrepreneuriales.
- analyser différents emplois dans des industries ou des entreprises spécifiques pour trouver des occasions qui permettent d'appliquer ses habiletés entrepreneuriales.

Expériences entrepreneuriales

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- examiner la façon dont une entrepreneure ou un entrepreneur s'y prend pour trouver des idées et des occasions d'affaires.
- analyser les ressources nécessaires pour créer une entreprise.
- élaborer un plan de promotion pour un bien, un service ou un événement.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Idées et occasions d'affaires

- examiner des tendances et des changements récents en démographie et en styles de vie (p. ex., vieillissement de la population, commerce électronique) qui pourraient créer des occasions d'affaires.
- déterminer des besoins, des désirs, des problèmes et des défis à l'école ou dans la communauté francophone, qui peuvent servir de sources d'idées pour un projet d'entreprise.
- appliquer différentes stratégies pour générer des idées (p. ex., remue-méninges, arbre conceptuel, pensée créative).
- appliquer des techniques d'étude de marché pour évaluer une occasion d'affaires et la possibilité de créer une nouvelle entreprise.
- utiliser un modèle de prise de décisions pour choisir la meilleure idée pour un bien, un service ou un événement.
- expliquer l'importance de l'éthique et de la responsabilité sociale dans l'exploitation d'une entreprise (p. ex., pratiques loyales en matière d'emploi, respect des droits des employées et employés, protection de l'environnement).

Analyse des ressources

- déterminer la taille et les caractéristiques du marché cible d'une entreprise.

- déterminer les ressources requises pour lancer une entreprise (p. ex., ressources humaines, ressources matérielles).
- décrire l'organisation efficace des ressources (p. ex., répartition des rôles et des responsabilités).
- analyser les objectifs financiers d'une entreprise à l'aide d'un plan financier (p. ex., budget de caisse, état prévisionnel des résultats, coûts de démarrage et d'exploitation, capital).
- identifier des sources de financement pour produire le bien, offrir le service ou préparer l'événement.

Plan de promotion

- comparer les avantages et les inconvénients de différentes formes de promotion (p. ex., coupon de réduction, échantillon gratuit).
- comparer les avantages et les inconvénients de différentes formes de publicité (p. ex., journal étudiant, radio communautaire, site Web de l'école, dépliant).
- élaborer un plan de promotion pour un bien, un service ou un événement.
- décrire des plans auxiliaires qu'une entrepreneure ou un entrepreneur devrait avoir pour parer à toute éventualité (p. ex., conditions défavorables, besoin d'expansion rapide).

Entrepreneuriat : planification d'une entreprise, 12^e année, cours précollégial

(BDV4C)

Ce cours permet à l'élève de développer et d'appliquer des habiletés entrepreneuriales à travers l'élaboration du plan d'affaires d'un projet d'entreprise traditionnelle ou virtuelle. Durant la planification, l'élève analyse le marché potentiel, tient compte des ressources disponibles, repère les exigences juridiques et énumère les moyens de financement. Elle ou il élabore ensuite une stratégie de promotion et un plan d'affaires, en évalue soigneusement toutes les composantes et détermine les habiletés de gestion et la technologie qui l'aideront à réussir dans son projet.

Préalable : Aucun

Démarrage d'une entreprise traditionnelle ou virtuelle

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser les facteurs à considérer lors du démarrage d'une entreprise traditionnelle ou virtuelle.
- évaluer l'impact du commerce électronique pour les entrepreneures et entrepreneurs.
- évaluer l'efficacité du site Web d'une entreprise.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Facteurs à considérer lors du démarrage d'une entreprise

- distinguer une entreprise traditionnelle d'une entreprise virtuelle.
- analyser les facteurs à considérer lors du démarrage d'une entreprise traditionnelle et virtuelle (p. ex., clientèle cible, demande pour le bien ou le service, concurrence, situation économique).
- résumer les facteurs qui contribuent au succès ou à l'échec d'une entreprise traditionnelle et virtuelle (p. ex., financement, gestion efficace, politiques gouvernementales, technologie, mondialisation, tolérance au risque).
- expliquer l'importance de l'éthique et de la responsabilité sociale dans l'exploitation d'une entreprise (p. ex., pratiques loyales en matière d'emploi, respect des droits des employées et employés, protection de l'environnement).
- décrire les dilemmes moraux qui peuvent surgir quand vient le temps de déterminer un niveau de profit acceptable pour la nouvelle entreprise.

Commerce électronique

- identifier des types de commerces électroniques (p. ex., d'entreprise à entreprise, d'entreprise à consommateur, de consommateur à consommateur).

- évaluer l'incidence du commerce électronique sur les entreprises (p. ex., conditions de travail, relations interpersonnelles, achat de matériel).
- analyser les questions juridiques, éthiques et de sécurité relatives au commerce électronique (p. ex., cryptage, mot de passe, *Loi sur les douanes* [1985], confidentialité, fraude informatique).

Site Web d'une entreprise

- décrire l'utilité d'un site Web pour une entreprise (p. ex., promotion, vente directe à la clientèle, service après-vente).
- décrire les composantes d'un site Web d'une entreprise (p. ex., page d'accueil, profil de l'entreprise, droits d'auteur, mise à jour, hyperliens, moteur de recherche, menus).
- comparer la conception de sites Web de commerce électronique (p. ex., en ce qui a trait à la navigation, à la vitesse de téléchargement, au mode de paiement, à la convivialité du site).
- expliquer les facteurs à considérer lors de la création d'un site Web (p. ex., expertise de l'équipe d'élaboration du site, accessibilité à un logiciel de conception de site, éléments conceptuels du site).

Projet d'entreprise

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- évaluer des occasions d'affaires entrepreneuriales dans la communauté francophone afin d'en choisir une qui convienne le mieux à ses intérêts, ses aptitudes et ses expériences.
- évaluer les idées retenues pour choisir celle qui est la plus appropriée au projet d'entreprise.
- analyser les types et les formes juridiques d'entreprises qui influent sur la sélection d'une initiative entrepreneuriale spécifique.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Évaluation des occasions d'affaires entrepreneuriales

- analyser les problèmes, les besoins et les désirs de la communauté francophone.
- déterminer les aspects de la vie de la communauté francophone qui nécessitent une amélioration et qui pourraient être des occasions d'affaires.
- évaluer les occasions qui correspondent le mieux à ses habiletés afin d'examiner la possibilité de créer une nouvelle entreprise.
- déterminer une occasion d'affaires qui servira à la planification du projet d'entreprise.

Évaluation des idées d'affaires

- nommer différentes techniques de recherche d'idées créatives (p. ex., remue-méninges, arbre conceptuel, méthode de groupe nominal) pour le choix d'un projet d'entreprise.
- décrire des situations et des conditions qui permettent de mettre à profit sa pensée créative pour trouver des idées d'affaires.
- établir une liste d'idées possibles pour l'occasion d'affaires choisie.
- sélectionner l'idée d'entreprise qui répond le mieux à l'occasion d'affaires choisie.

- évaluer la pertinence de l'idée retenue à l'aide de différentes stratégies (p. ex., les six chapeaux d'Edward de Bono, la pensée latérale) et des rétroactions de personnes externes au projet.

Types et formes juridiques d'entreprises

- comparer différents types d'entreprises (p. ex., vente au détail, vente de service, vente en gros, commerce électronique, entreprise traditionnelle, entreprise virtuelle).
- comparer différentes formes juridiques d'entreprises (p. ex., entreprise à propriété unique, société en nom collectif, société par actions, société en commandite, coopérative, franchise).
- déterminer le type et la forme juridique d'entreprise qui sont les plus appropriés au projet d'entreprise choisi.

Préparation au lancement de l'entreprise

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- évaluer les sources possibles de financement pour une nouvelle entreprise.
- analyser les besoins en ressources de la nouvelle entreprise.
- décrire le rôle de la gestion et du leadership dans une entreprise.
- déterminer les besoins en matière d'exigences juridiques pour une nouvelle entreprise.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Financement

- analyser les différentes sources de financement pour une nouvelle entreprise (p. ex., prêt bancaire, subvention gouvernementale).
- expliquer l'importance des états financiers requis pour une nouvelle entreprise (p. ex., bilan, état des résultats).
- analyser les conséquences de surestimer ou de sous-estimer l'investissement initial requis pour démarrer une entreprise.
- produire une estimation du montant à investir pour démarrer une entreprise.
- élaborer une stratégie appropriée pour obtenir le capital requis pour lancer une nouvelle entreprise.

Ressources

- déterminer les ressources humaines nécessaires pour lancer une entreprise (p. ex., main-d'œuvre spécialisée, gestionnaire, comptable).
- déterminer les ressources matérielles nécessaires pour lancer une entreprise (p. ex., bâtiment, machinerie, outils, stocks).
- distinguer les coûts fixes et les coûts variables liés aux ressources humaines et matérielles nécessaires pour lancer une entreprise.

Gestion et leadership

- définir les quatre fonctions de gestion (planification, organisation, direction, contrôle) d'une entreprise.

- comparer des styles de gestion (p. ex., style autocratique, style démocratique, style laisser-faire) des dirigeantes et dirigeants d'entreprise.
- décrire des qualités de leadership de gestionnaires (p. ex., motivateur, communicateur, facilitateur).
- déterminer des façons d'atteindre le plein rendement de la main-d'œuvre (p. ex., organisation de l'emploi du temps, répartition des tâches).

Exigences juridiques

- déterminer les coûts et les exigences juridiques pour l'enregistrement de l'entreprise choisie (p. ex., entreprise à propriétaire unique, société en nom collectif, société en commandite, société par actions).
- décrire la procédure d'enregistrement de la raison sociale de l'entreprise.
- examiner les exigences municipales en ce qui a trait aux emplacements possibles pour l'entreprise (p. ex., zonage, permis, licences).
- décrire les démarches pour protéger la marque de commerce, le brevet d'information, les droits d'auteur et les droits de reproduction.
- comparer les types d'assurances offertes aux entreprises.

Marché cible

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser les caractéristiques du marché cible pour une nouvelle entreprise.
- élaborer des stratégies de promotion.
- évaluer des stratégies de croissance pour l'entreprise.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Étude de marché

- estimer la taille du marché cible à satisfaire pour l'entreprise choisie.
- décrire la clientèle potentielle de la nouvelle entreprise.
- évaluer l'impact de la concurrence sur une nouvelle entreprise (p. ex., croissance, nouvelles occasions d'affaires, obstacles, politique d'établissement des prix).

Stratégies de promotion

- analyser des stratégies pour faire la promotion du bien ou du service proposé (p. ex., publicité, vente personnelle, promotion des ventes).
- élaborer une stratégie de promotion initiale (p. ex., campagne publicitaire, service à la clientèle) pour lancer une entreprise traditionnelle ou virtuelle et lui établir une identité reconnaissable.

Stratégies de croissance

- expliquer les phases du cycle de vie d'une entreprise.
- expliquer l'importance d'établir des prévisions de ventes échelonnées sur plusieurs périodes.
- analyser des stratégies de croissance possibles pour une nouvelle entreprise (p. ex., nouveaux biens ou services, nouvelles politiques d'établissement des prix, nouvelles stratégies d'expansion, nouveaux canaux de distribution, acquisition d'entreprises concurrentes, fusion d'entreprises).
- expliquer l'importance d'une analyse coûts-avantages de différentes stratégies d'expansion (p. ex., franchisage, acquisition d'entreprises concurrentes, établissement de nouvelles succursales).

Élaboration d'un plan d'affaires

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- élaborer le plan d'affaires pour son entreprise traditionnelle ou virtuelle.
- démontrer l'importance de l'évaluation et de la révision d'un plan d'affaires.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Élaboration du plan d'affaires

- décrire les composantes d'un plan d'affaires (p. ex., énoncé de mission, sommaire de l'entreprise, étude du marché, analyse des ressources, plan de production, plan de marketing, plan financier).
- décrire les caractéristiques d'un énoncé de mission (p. ex., philosophie, vision, but, objectifs).
- comparer des modèles de plan d'affaires selon des critères spécifiques (p. ex., envergure, clarté, organisation, impact, utilité).
- évaluer les caractéristiques d'un plan d'affaires exemplaire.
- comparer divers logiciels informatiques pouvant faciliter l'élaboration d'un plan d'affaires (p. ex., tableur, logiciel d'édition, logiciel spécialisé dans l'élaboration de plans d'affaires).
- créer une ébauche du plan d'affaires en utilisant un logiciel approprié.
- réaliser la conception d'un site Web pour l'entreprise choisie (p. ex., site promotionnel, entreprise clic et mortier, site de commerce électronique).

Évaluation et révision du plan d'affaires

- organiser la démarche à suivre pour effectuer l'évaluation du plan d'affaires.
- établir la liste des personnes à l'école ou dans la communauté francophone qui pourraient participer à l'évaluation du plan d'affaires (p. ex., camarades, enseignantes et enseignants, conseillères et conseillers, investisseuses et investisseurs, personnel des institutions financières).
- déterminer les révisions à effectuer selon les recommandations des personnes consultées.
- produire une version révisée et finale du plan d'affaires (p. ex., document imprimé, présentation électronique) à la suite des rétroactions reçues.
- analyser la probabilité de succès de la nouvelle entreprise selon le plan d'affaires révisé et final.
- présenter oralement la version finale du plan d'affaires (p. ex., présentation devant la classe, entrevue).

Gestion

Aperçu

Les cours de gestion permettent aux élèves d'étudier le rôle des gestionnaires dans une entreprise et les qualités de leadership qui leur permettent de relever les défis inhérents à la gestion. Dans ces cours, les élèves examinent les fondements, les responsabilités, les habiletés et les fonctions liés à la gestion ainsi que les facteurs qui encouragent les pratiques de leadership efficaces. Ces cours font ressortir l'importance de l'éthique et de la responsabilité sociale dans le monde de l'entreprise. Les élèves apprennent aussi comment communiquer efficacement dans le monde des affaires. Les cours de gestion les préparent à travailler avec efficacité dans diverses organisations, soit comme membres du personnel, soit comme gestionnaires.

Domaines d'études

Principes de gestion, 12^e année, cours préuniversitaire/précollégial

- Fondements de la gestion
- Leadership
- Défis en gestion
- Planification et contrôle en gestion
- Organisation et gestion des ressources humaines

Gestion d'une entreprise, 12^e année, cours préemploi

- Fondements de la gestion
- Gestion des opérations
- Leadership
- Gestion des ressources humaines

Principes de gestion, 12^e année, cours préuniversitaire/précollégial

(BOH4M)

Ce cours traite des principes de base de la gestion et de l'importance du leadership dans le succès d'une entreprise. L'élève analyse le rôle des leaders en affaires, particulièrement en ce qui a trait à la prise de décisions, au changement, à la dynamique de groupe, au conflit et au stress, à la motivation, à la planification, à l'organisation et à la gestion des ressources humaines. Le cours met aussi l'accent sur les habiletés en techniques de communication, l'éthique et la responsabilité sociale.

Préalable : Aucun

Fondements de la gestion

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser le rôle de la gestion à l'intérieur d'une organisation.
- décrire le processus de communication dans une entreprise.
- décrire des documents d'affaires et des techniques de communication électronique.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Rôle de la gestion

- décrire les fonctions de la gestion (planification, organisation, direction, contrôle) dans une entreprise.
- identifier les objectifs organisationnels d'une entreprise (p. ex., intégration des technologies, travail d'équipe, autonomie des employées et employés).
- comparer les principales approches en gestion (p. ex., approche du management scientifique, approche bureaucratique, approche administrative, approche axée sur les relations humaines, approche quantitative, approche systémique).
- analyser les concepts actuels en gestion en examinant divers documents récents (p. ex., section des affaires d'un quotidien, revues spécialisées, documentaires, Internet).
- décrire le rôle des gestionnaires à différents niveaux hiérarchiques ainsi que les tâches, les responsabilités, les habiletés et les compétences associées à l'exercice de leur fonction.
- dresser (p. ex., à l'aide d'outils électroniques) un tableau des cheminements de carrière possibles ainsi que des programmes de formation en gestion organisationnelle et des options éducatives et professionnelles qui existent en français.

Processus de communication

- expliquer le processus de communication (p. ex., émetteur, message, récepteur, canaux de communication).
- expliquer les obstacles à la communication au sein d'un milieu de travail (p. ex., différences culturelles, préjugés, stéréotypes).
- décrire les techniques utilisées pour améliorer les compétences en communication (p. ex., écoute active, rétroaction constructive).

Communication dans le monde des affaires

- décrire l'utilité de divers documents d'affaires utilisés par les gestionnaires (p. ex., note de service, procès-verbal, lettre, courriel).
- expliquer l'utilité de rédiger des documents d'affaires en français en fonction de la clientèle ciblée et des objectifs visés (p. ex., note de service pour informer les employées et employés, lettre pour un client externe, procès-verbal).
- identifier les techniques de communication électronique (p. ex., présentation électronique, courriel, forum) du monde des affaires.

Leadership

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer l'influence du comportement humain sur les stratégies de gestion.
- analyser les facteurs qui contribuent à créer une dynamique de groupe à l'intérieur d'une organisation.
- évaluer l'importance du leadership en gestion.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Comportement humain

- expliquer les principaux déterminants de la personnalité (p. ex., hérédité, culture, famille, expériences de vie) et leur impact sur le comportement humain.
- expliquer l'utilisation des instruments de mesure des traits de personnalité (p. ex., indicateur de type Myers-Briggs, test indiquant l'intelligence émotionnelle) dans le milieu de travail.
- établir les liens qui existent entre les attitudes (p. ex., partis pris personnels, loyauté) et le comportement au travail (p. ex., rendement, absentéisme).
- expliquer la relation entre la satisfaction au travail et la personnalité, les attitudes et la perception d'une personne.

Dynamique de groupe

- expliquer le rôle des membres au cours des différentes étapes de l'évolution d'un groupe (formation, emportement, cohésion ou normalisation, performance).
- analyser la nature et les types de groupes dans une organisation (p. ex., groupes formels et informels, comités et départements, groupes de travail en ligne).
- analyser les facteurs d'efficacité d'un groupe (p. ex., nature des tâches, taille du groupe, objectifs visés, technologie employée, diversité des membres).

Leadership en gestion

- distinguer le leader du gestionnaire en fonction d'éléments tels le style, le comportement et le rôle.
- analyser les caractéristiques d'un leadership efficace (p. ex., vision, motivation, traits de personnalité).
- comparer différentes théories sur le leadership (p. ex., leadership axé sur une tâche versus leadership axé sur les relations humaines, leadership transactionnel versus leadership transformationnel).
- identifier des qualités démontrées dans l'exercice efficace du leadership par des francophones de l'Ontario, d'ailleurs au Canada et dans le monde.
- identifier des qualités démontrées dans l'exercice efficace du leadership par des gens d'affaires autochtones.

Défis en gestion

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- comparer différentes théories de motivation en milieu de travail.
- évaluer des stratégies utilisées par les personnes et les organisations pour gérer les conflits et le stress.
- évaluer l'importance de l'éthique et de la responsabilité sociale en ce qui a trait au rôle des gestionnaires et de l'organisation.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Motivation

- expliquer comment différentes théories de la motivation (p. ex., théories de Maslow, de Herzberg, d'Alderfer, de McClelland) contribuent à une meilleure compréhension des besoins, de la productivité et de la performance de l'être humain.
- comparer des stratégies de motivation utilisées par les organisations.
- établir la relation entre la motivation, les systèmes de renforcement et le rendement au travail.

Conflits et stress

- déterminer divers types de conflits (p. ex., conflits intrapersonnel, interpersonnel, intergroupe) et leurs principales causes.
- analyser les stratégies de gestion de conflits (p. ex., collaboration, évitement, compromis, résolution de problèmes) utilisées dans des situations conflictuelles et leur efficacité.
- déterminer les facteurs de stress dans une organisation (p. ex., taille de l'organisation, structure organisationnelle, conflit interpersonnel) et les effets du stress sur l'organisation et sur l'être humain (p. ex., coûts directs et indirects, comportement, rendement).

- identifier des techniques de gestion et de réduction du stress utilisées dans les organisations (p. ex., hygiène de vie, méditation, horaire variable).

Éthique et responsabilité sociale

- évaluer l'incidence de dilemmes moraux importants (p. ex., corruption, harcèlement, discrimination) sur les stratégies de gestion et les approches décisionnelles des gestionnaires.
- évaluer l'importance que les entreprises accordent à leurs responsabilités sociales (p. ex., protection de l'environnement, service à la clientèle et à la communauté, bien-être du personnel y compris les personnes handicapées).
- comparer les codes d'éthique ou de déontologie de différentes organisations afin d'en identifier les éléments importants (p. ex., usage approprié des actifs de l'entreprise, règles contre la discrimination et le harcèlement, protection d'informations confidentielles, normes sur les conflits d'intérêt).

Planification et contrôle en gestion

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser le processus de planification et son importance pour le succès d'une entreprise.
- évaluer la façon dont une entreprise répond aux changements organisationnels.
- évaluer l'importance du contrôle en gestion.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Processus de planification

- expliquer les étapes d'un processus de planification (p. ex., établissement des objectifs et des critères, recherche de solutions, mise en œuvre, suivi) et les avantages de la planification (p. ex., flexibilité, coordination des activités et des décisions).
- expliquer l'importance de la planification à court terme (p. ex., feuille de contrôle, agenda, plan opérationnel) et de la planification à long terme (p. ex., plan stratégique, prévision, budget) dans le processus de gestion.
- évaluer différentes stratégies de résolution de problèmes et de prise de décisions en planification (p. ex., méthode rationnelle, prise de décisions en groupe, méthode quantitative).
- analyser l'importance de la créativité dans le processus de résolution de problèmes (p. ex., remue-ménages, méthode Delphi).
- décrire des techniques de planification (p. ex., planification participative, étalonnage, scénario) ainsi que des techniques de gestion de temps (p. ex., priorisation, planification journalière).
- décrire le processus de planification stratégique et son importance dans une entreprise.

Changements organisationnels

- analyser les facteurs à l'origine des changements dans une organisation (p. ex., facteurs sociaux et économiques, conception des gestionnaires, culture organisationnelle).
- analyser les facteurs de résistance au changement (p. ex., peur de l'inconnu, peur de perdre des acquis, manque de ressources).
- analyser les principaux changements organisationnels auxquels font face les gestionnaires contemporains (p. ex., évolution rapide de la technologie, mondialisation des marchés, restructuration du travail, santé et sécurité au travail).
- évaluer différentes stratégies utilisées par les gestionnaires afin de favoriser l'acceptation du changement (p. ex., consultation, collaboration, formation).

Contrôle en gestion

- établir les liens entre le processus de contrôle et les processus de planification, d'organisation et de gestion des ressources humaines.
- expliquer des types de contrôle utilisés dans une entreprise (p. ex., contrôle préventif ou continu, rétroaction).
- évaluer l'impact des mesures de contrôle internes (p. ex., autodiscipline, plan de rendement) et externes (p. ex., système de compensation, discipline progressive) sur la gestion d'une entreprise.

Organisation et gestion des ressources humaines

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser les principales structures organisationnelles utilisées pour gérer efficacement les ressources humaines.
- analyser l'organisation du travail dans un contexte de changement.
- évaluer le rôle des ressources humaines dans une organisation.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Structures organisationnelles

- décrire les structures organisationnelles (p. ex., verticale, horizontale, départementaliste).
- expliquer les différences entre la structure de gestion traditionnelle (p. ex., structure hiérarchique, peu de risques) et les nouvelles tendances en gestion (p. ex., décentralisation des pouvoirs, créativité, collaboration).
- analyser l'impact des structures organisationnelles contemporaines (p. ex., réseaux, reconfiguration des processus, travail en équipe) sur la productivité et la compétitivité des entreprises.

Organisation du travail

- déterminer les facteurs qui influent sur l'organisation du travail (p. ex., technologie, satisfaction au travail, sécurité au travail).
- comparer les approches en matière de conception des tâches (p. ex., enrichissement des tâches, élargissement des tâches, rotation de postes).
- évaluer les formes d'aménagement de temps et d'organisation du travail en fonction des individus et des groupes (p. ex., horaire flexible, semaine de travail comprimée, travail à la maison, cercle de qualité, équipes semi-autonomes).

- déterminer l'influence de l'aménagement organisationnel (p. ex., voies de communication, structures de travail, horaires de rechange) sur la culture de l'entreprise.

Ressources humaines

- identifier les grandes étapes de la gestion des ressources humaines (p. ex., recrutement, formation, évaluation du rendement).
- expliquer les méthodes et les stratégies utilisées par les organisations pour posséder une main-d'œuvre de qualité (p. ex., plan de carrière, formation, perfectionnement).
- expliquer la nature et le rôle de l'évaluation du rendement du personnel.
- comparer différentes méthodes d'évaluation du rendement (p. ex., échelles graphiques, questions ouvertes, comparaisons).
- analyser l'impact des aspects juridiques sur la gestion des ressources humaines (p. ex., équité salariale, santé et sécurité, droits de la personne).

Gestion d'une entreprise, 12^e année, cours préemploi

(BOG4E)

Ce cours prépare l'élève pour un emploi dans le domaine de la gestion d'une entreprise après ses études secondaires. L'élève évalue l'importance d'un leadership efficace dans la gestion d'une entreprise et étudie la gestion des opérations, plus particulièrement, la gestion financière, la gestion des stocks, le marketing, les communications et les ressources humaines. Le cours lui permet aussi d'examiner les défis auxquels font face les gestionnaires d'entreprises dans les domaines de l'embauche, de la formation, de la motivation du personnel et des prescriptions juridiques reliées au monde du travail.

Préalable : Aucun

Fondements de la gestion

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- évaluer le rôle du gestionnaire dans une entreprise.
- décrire l'environnement des entreprises canadiennes.
- analyser l'importance de l'intrapreneurship dans une entreprise.
- décrire les différentes techniques de communication en gestion.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Rôle du gestionnaire

- décrire les niveaux hiérarchiques (p. ex., cadre supérieur, superviseur, employé) et les types de gestionnaires (p. ex., bureaucratique, systématique, gestion situationnelle) au sein d'une entreprise.
- décrire les habiletés, les rôles et les responsabilités d'une ou d'un gestionnaire.
- expliquer les quatre fonctions de la gestion, soit la planification, l'organisation, la direction et le contrôle.
- décrire des moyens d'améliorer la productivité dans une entreprise (p. ex., formation continue, gestion de temps, réorganisation du travail).

Environnement des entreprises

- décrire différents types d'entreprises au Canada (p. ex., petite et moyenne entreprise, franchise, chaîne de magasins, multinationale).
- présenter des questions d'actualité qui ont un impact sur les entreprises canadiennes et celles de la communauté francophone de sa localité (p. ex., changement de gouvernement, budget fédéral, prix de l'essence, guerre).
- décrire l'impact du commerce électronique sur les habitudes de consommation et sur la survie des entreprises canadiennes.

- évaluer l'importance de l'éthique et de la responsabilité sociale dans un contexte de gestion d'une entreprise (p. ex., pratiques antidiscriminatoires, protection de l'environnement).

Intrapreneurship

- définir « intrapreneurship ».
- décrire (p. ex., à l'aide d'études de cas) le processus de résolution de problèmes en gestion.
- évaluer l'importance de l'innovation dans un contexte de gestion d'une entreprise.
- décrire les pratiques courantes utilisées pour encourager l'intrapreneurship dans des entreprises (p. ex., faire preuve d'initiative, proposer de nouvelles façons de produire, offrir une participation aux bénéfiques).
- évaluer ses propres inclinations intrapreneuriales en fonction de ses intérêts, ses habiletés, ses objectifs, ses attitudes et ses aptitudes personnelles.

Communication en gestion

- décrire les techniques utilisées pour améliorer les compétences en communication (p. ex., écoute active, rétroaction constructive, utilisation des technologies de l'information).

- identifier les documents d'affaires utilisés par les gestionnaires (p. ex., note de service, procès-verbal, lettre, courriel).
- produire de la correspondance d'affaires en français (p. ex., lettre, note de service, rapport, formulaire) à l'aide de logiciels appropriés.
- produire divers documents de promotion et de publicité (p. ex., affiche, circulaire, carte professionnelle) à l'aide d'un logiciel de publication assistée par ordinateur (PAO).
- identifier des logiciels (p. ex., traitement de texte, tableur, présentation multimédia, logiciel de PAO) et des outils électroniques (p. ex., courriel, moteurs de recherche) qui aident une entreprise à améliorer sa productivité et sa rentabilité.

Gestion des opérations

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer l'importance de la gestion des stocks.
- analyser l'incidence de chacune des composantes du marketing sur la réussite d'une entreprise.
- expliquer l'importance d'une gestion financière saine pour assurer la rentabilité d'une entreprise.
- expliquer l'incidence des différents horaires de travail sur la gestion d'une entreprise.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Gestion des stocks

- déterminer les facteurs qui influent sur la quantité d'articles à garder en stock (p. ex., taux de rotation, délais de livraison, conditions de paiement, entreposage).
- distinguer les étapes principales de l'achat de marchandises (p. ex., devis estimatifs, bons de commande, commande, réception de la marchandise, vérification, paiement des factures).
- expliquer les différentes techniques de contrôle des stocks (p. ex., classification, systèmes manuel et informatisé, dispositif antivol).
- décrire la relation d'affaires entre l'entreprise et ses fournisseurs (p. ex., choix des fournisseurs, façons de négocier, ententes contractuelles, conditions d'achat).

Marketing

- expliquer les composantes du marketing mix (les 4P : produit, prix, place [distribution], promotion [communication]; les 2C : consommateur, concurrence) et leur importance dans la réussite d'une entreprise.
- démontrer l'importance du service à la clientèle comme condition essentielle au succès d'une entreprise locale.

- évaluer différentes techniques de vente selon le marché cible (p. ex., vente individuelle, télémarketing, commerce électronique).
- analyser les stratégies de marketing d'une entreprise établie dans la localité (p. ex., service personnalisé, implication communautaire, connaissance du milieu).
- expliquer le rôle de la publicité et de la promotion dans la réussite d'une entreprise.

Gestion financière

- expliquer les procédures et les mesures de contrôle interne relatives à l'encaisse (p. ex., petite caisse, pièces justificatives, système de facturation).
- décrire les procédures bancaires rattachées à l'exploitation quotidienne et au financement à court terme des activités d'une entreprise (p. ex., guichet de nuit, rapprochement bancaire, fonds de roulement, marge de crédit).
- déterminer les éléments d'un budget d'exploitation (p. ex., ventes, stocks, salaires, loyer).

- appliquer les notions de base pour la tenue de livres et les autres procédures de contrôle des activités quotidiennes d'une entreprise (p. ex., encaissements, débours, comptes clients, comptes fournisseurs).
- décrire les principaux états financiers et leur utilité dans l'évaluation du rendement financier de l'entreprise (p. ex., bilan, état des résultats, état de l'évolution de la situation financière).

Horaires de travail

- comparer différents types d'organisation des tâches (p. ex., simplification, rotation, enrichissement).
- comparer différents types d'organisation des horaires de travail (p. ex., horaire flexible, temps partiel, emploi partagé).
- évaluer les éléments à considérer dans l'élaboration des horaires de travail (p. ex., congés fériés, pauses pour les repas, temps supplémentaire).
- élaborer un horaire de travail journalier ou hebdomadaire pour une entreprise locale (p. ex., dépanneur, restaurant).

Leadership

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- déterminer l'importance d'un leadership efficace dans la gestion d'une entreprise.
- analyser des techniques de travail de groupe et de dynamique de groupe.
- évaluer le rôle du gestionnaire dans la motivation et l'évaluation du rendement du personnel.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Leadership efficace

- comparer différents styles de leadership (p. ex., autocratique, participatif, laisser-faire, paternaliste).
- analyser les facteurs qui influent sur le choix d'un style de leadership dans des situations de gestion (p. ex., introduire un changement, gérer des conflits interpersonnels, gérer le stress) au sein d'une entreprise.
- décrire le rôle des gestionnaires dans la promotion de l'équité et des pratiques non discriminatoires en milieu de travail.
- identifier des qualités démontrées dans l'exercice efficace du leadership par des francophones de l'Ontario, du reste du Canada et d'ailleurs.
- identifier des qualités démontrées dans l'exercice efficace du leadership par des gens d'affaires autochtones.

Dynamique de groupe

- expliquer le rôle des membres au cours des différentes étapes (formation, emportement, cohésion ou normalisation, performance) de l'évolution d'un groupe.
- expliquer l'importance du travail d'équipe dans le succès d'une entreprise (p. ex., effet d'autonomisation, effet de synergie).

- différencier les groupes formels (p. ex., groupes d'étude, équipes de projet) des groupes informels (p. ex., groupes d'intérêts, groupes d'amis).
- déterminer les facteurs d'efficacité des groupes de travail (p. ex., nature des tâches, taille du groupe, objectifs visés, technologie employée, diversité des membres).
- expliquer différentes stratégies pour résoudre des conflits dans un milieu de travail (p. ex., clarification des rôles, communication, coopération, conciliation, recherche de compromis).

Motivation et évaluation du rendement

- expliquer la relation entre les facteurs de motivation (p. ex., contrat psychologique, qualité de vie, satisfaction au travail) et le rendement au sein d'une entreprise.
- expliquer comment les besoins individuels et les sources de frustration influent sur la motivation.
- expliquer l'utilisation de différentes méthodes d'évaluation du rendement (p. ex., méthode comparative, gestion par objectifs, échelle d'évaluation comportementale).
- décrire différents stimulants (p. ex., renforcement psychologique, primes de rendement, avantages sociaux) utilisés pour motiver les individus et les groupes.

Gestion des ressources humaines

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- déterminer les activités reliées au recrutement, à la sélection et à la formation du personnel.
- analyser les lois et les règlements qui régissent les conditions de travail.
- analyser les possibilités d'emplois en gestion des opérations dans une entreprise qui sont d'intérêt personnel et qui sont propices à une carrière dans la communauté.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Recrutement, sélection et formation

- décrire les principales étapes du processus de planification des ressources humaines (p. ex., analyse des postes, description des postes, profil des exigences, horaires).
- expliquer le processus de recrutement (p. ex., sources de recrutement, méthodes de recrutement, communication).
- utiliser des techniques et des instruments d'entrevue et de sélection (p. ex., questions préparatoires, communication orale, langage corporel).
- déterminer différentes méthodes de formation et de perfectionnement pour le maintien d'une main-d'œuvre de qualité (p. ex., formation en cours d'emploi, conférences, formation informatisée).

Aspects juridiques

- identifier les lois canadiennes qui régissent les pratiques du milieu de travail (p. ex., *Loi sur l'assurance-emploi* [1996], *Loi sur les normes d'emploi* [2000], *Loi sur l'équité en matière d'emploi* [2001]) et les exigences prescrites concernant le travail (p. ex., paie, heures de travail, salaire minimum).
- établir l'importance d'avoir une formation en matière de santé et de sécurité au travail (p. ex., formation sur le Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail [SIMDUT], certificat de premiers soins, certificat en réanimation cardio-respiratoire [RCR]).

- évaluer les retombées juridiques et financières de la syndicalisation et de la non-syndicalisation du personnel au sein d'une entreprise.
- identifier des questions juridiques et éthiques traitant des droits des employées et employés (p. ex., équité salariale, congédiement, droits de la personne).

Carrières

- déterminer les habiletés, les compétences et les expériences (p. ex., inventaire des habiletés, traits de personnalité, expériences éducatives, bénévolat, formation additionnelle) utiles pour réussir dans la gestion des opérations dans différents types d'entreprises.
- analyser les caractéristiques des emplois disponibles en gestion des opérations et offerts par des entreprises locales.
- déterminer les compétences à développer, les études à faire et la formation à acquérir pour obtenir un emploi de gestionnaire dans une entreprise.
- répertorier des programmes de formation continue en gestion d'entreprises ainsi que les établissements d'enseignement post-secondaires (p. ex., collèges communautaires) qui offrent ces programmes en français.

Marketing

Aperçu

Le marketing, c'est plus que faire de la publicité et d'identifier ce que la consommatrice ou le consommateur veut. Le marketing comprend toute une gamme d'activités économiques qui incluent l'achat, la vente, la distribution, le service à la clientèle, la recherche en marketing ainsi que la promotion et la publicité. Dans le langage du marketing, le terme « produit » inclut les notions de biens, de services, d'idées et d'événements. L'ère de l'information, les consommatrices et consommateurs avertis et le marché mondial ont transformé les tactiques et les stratégies employées par les diverses formes juridiques d'entreprises actuelles, autant les entreprises à but lucratif que celles sans but lucratif. Les élèves vont examiner comment le choix d'une marque, la position d'un produit et le marketing cible constituent les composantes d'un plan de marketing dynamique. De plus, les élèves pourront identifier des possibilités d'emplois dans le monde complexe du marketing.

Domaines d'études

Principes de marketing, 11^e année, cours précollégial

- Concepts de base du marketing
- Marketing mix
- Orientations du marketing
- Plan de marketing

Marketing de la vente au détail et des services, 11^e année, cours préemploi

- Principes de base du marketing
- Tendances du marketing de la vente au détail et des services
- Activités des commerces de détail et des entreprises de service
- Secteurs de la vente au détail et des services

Principes de marketing, 11^e année, cours précollégial

(BMI3C)

Ce cours présente les concepts fondamentaux liés au marketing d'un produit, c'est-à-dire le marketing d'un bien, d'un service ou d'un événement. L'élève analyse l'influence des tendances, des grandes questions de l'heure, des transformations apportées par la mondialisation des marchés ainsi que l'impact des technologies de l'information sur les décisions d'achat de différents groupes de consommatrices et consommateurs. L'élève est aussi appelé à réaliser une étude de marché, à développer des stratégies de marketing et à préparer le plan de marketing d'un produit.

Préalable : Aucun

Concepts de base du marketing

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire les activités de marketing.
- comparer les facteurs qui influent sur le marketing dans l'économie mondiale.
- analyser l'incidence du marketing sur la consommation et la concurrence.
- décrire l'importance de la recherche en marketing dans le monde des affaires.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Activités de marketing

- définir la nature et la portée des activités de marketing (p. ex., connaître les besoins de la clientèle, cibler un marché, mettre en place un programme de marketing basé sur les éléments du marketing mix).
- décrire les stratégies de marketing qui utilisent la gestion de la qualité totale (p. ex., les Cercles de qualité, Kaizen ou le principe de l'amélioration continue), l'application technologique dirigée vers la consommatrice ou le consommateur (p. ex., carte à puce, programme de points) et le marché cible (p. ex., segmentation du marché, classification de la publicité).
- décrire des activités de marketing qui ont pour cible différents groupes (p. ex., enfants, adolescents, baby-boomers, génération X, aînés, personnes handicapées).
- expliquer comment des considérations basées sur l'offre et la demande influent sur les décisions prises en marketing.

Économie mondiale

- identifier des facteurs ethnoculturels, linguistiques et géographiques (p. ex., préférence de la consommatrice ou du consommateur, traditions, langues, modes de livraison et de transport) qu'une entreprise doit considérer en entrant dans le marché mondial.

- décrire l'influence des technologies de l'information (p. ex., courriel, ventes en ligne, promotion) sur les techniques et les stratégies de marketing à l'échelle mondiale.
- décrire l'incidence des politiques des organismes gouvernementaux (p. ex., offices de commercialisation, organismes de réglementation) et des enjeux de l'actualité (p. ex., sécurité sanitaire des aliments, lutte contre les maladies, sécurité nationale) sur les activités de marketing.

Consommation et concurrence

- comparer les comportements d'achat (p. ex., achat impulsif, préférence pour une marque de commerce) et le processus de prise de décisions de divers groupes de consommatrices et consommateurs.
- décrire le processus utilisé par les entreprises pour développer un profil du consommateur (p. ex., examiner les comportements d'achat et de prise de décisions, identifier les préférences de la consommatrice ou du consommateur).
- analyser les facteurs (p. ex., situation financière, pression sociale, besoins, désirs et préférences, souci de l'environnement, responsabilité sociale) qui influent sur la décision d'achat d'un produit.

- déterminer l'influence du marketing (p. ex., choix d'une marque, promotion, emballage, vente en ligne) en ce qui a trait à la concurrence pour un produit.
- expliquer comment les entreprises utilisent la technologie de l'information (p. ex., sites Web, commerce électronique) pour influencer la décision d'achat de la consommatrice et du consommateur.

Recherche en marketing

- décrire le rôle et l'importance de la recherche en marketing (p. ex., choix d'un marché cible, rétroaction sur le développement d'un produit, identification du circuit de distribution approprié).
- comparer diverses méthodes de recherche en marketing (p. ex., groupe de réflexion, sondage électronique, enquête par correspondance).

- répertorier des outils et des méthodes pour recueillir et analyser des données sur la consommation et sur le marché (p. ex., sondages d'opinion, banques de données, diagrammes circulaires).
- déterminer l'importance de l'étude de marché dans le plan de marketing d'une entreprise.
- décrire les méthodes de collecte de données utilisées pour sélectionner un marché cible (p. ex., identification du marché cible, analyse concurrentielle, analyse du comportement de la consommatrice et du consommateur).

Marketing mix

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser les facteurs qui influent sur le développement d'un produit.
- expliquer les facteurs qui influent sur l'établissement du prix d'un produit.
- comparer diverses stratégies de distribution d'un produit.
- analyser les éléments du mix promotionnel d'un produit.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Produit

- établir une classification des produits (p. ex., biens de consommation, biens industriels, biens institutionnels).
- analyser le cycle de vie de divers produits (p. ex., produit à effet de mode, produit à apprentissage long).
- démontrer l'importance de la marque de commerce sur le positionnement d'un produit.
- décrire le positionnement de produits selon différentes segmentations du marché (p. ex., groupes socioéconomiques, ethno-culturels spécifiques ou ayant un mode de vie particulier).
- comparer les caractéristiques de divers emballages et étiquetages (p. ex., marque de commerce, marque maison, marque sans nom).
- identifier les lois ou les règlements (p. ex., *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation* [1985]) qui ont un effet sur les stratégies d'emballage et d'étiquetage.

Prix

- décrire les facteurs qui influent sur l'établissement du prix d'un produit (p. ex., coûts fixes et variables, économie d'échelle, offre et demande).

- expliquer différentes stratégies d'établissement du prix d'un produit (p. ex., écrémage du marché, pénétration du marché, prix concurrentiel).
- repérer des exemples de pratiques d'établissement du prix d'un produit qui font l'objet de réglementation gouvernementale (p. ex., fixation collusoire des prix, discrimination par les prix, pratique trompeuse).

Place (distribution)

- comparer les canaux de distribution de différents produits dans divers marchés (p. ex., direct, indirect, intégré).
- évaluer les avantages et les inconvénients de différents moyens de transport de biens (p. ex., camion, avion, bateau, train, Internet).
- décrire différents systèmes de contrôle des stocks (p. ex., gestion des stocks à la limite, stocks gérés par le fournisseur, entreposage).
- analyser l'impact de la technologie sur le traitement de l'information, le contrôle des stocks et les canaux de distribution de divers produits (p. ex., facturation automatisée, système de diffusion et de stockage électronique, système de positionnement global [SPG]).

Promotion (communication)

- décrire divers éléments de la promotion (p. ex., publicité, vente promotionnelle, relations publiques, vente personnelle).
- décrire le rôle des relations publiques en tant que composante des stratégies de promotion.
- comparer différents types de publicité pour un produit (p. ex., publicité informative, publicité de persuasion, publicité de lancement ou de rappel).
- analyser l'efficacité de la publicité à travers les différents médias d'information (p. ex., Internet, télévision, magazine, panneau publicitaire, radio).

Orientations du marketing

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser les effets des technologies de l'information sur le marketing et la consommation.
- présenter des questions d'actualité en marketing ou des préoccupations d'ordre environnemental, éthique, social ou juridique.
- expliquer l'importance du marketing dans une société en constante évolution à l'échelle internationale.
- analyser les stratégies de marketing d'organismes sans but lucratif.
- décrire les possibilités de carrière dans le domaine du marketing.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Technologies de l'information

- décrire les changements en marketing attribuables aux progrès technologiques (p. ex., commerce électronique, vente en ligne).
- décrire comment la mode et les tendances (p. ex., comportement d'achat, consommation accrue) sont influencées par la facilité d'accès aux produits que fournissent les technologies de l'information.
- mesurer l'impact résultant des mutations des technologies de l'information (p. ex., communication sans fil, technologie numérique) sur les activités de marketing (p. ex., fonctions du marketing, étude de marché, accessibilité aux banques de données).

Questions d'actualité en marketing

- décrire des questions d'actualité en marketing (p. ex., marché en expansion, sécurité, pourriel, surcharge d'informations) qui résultent de l'évolution des technologies de l'information.
- décrire comment les stratégies de marketing (p. ex., emballage, étiquetage) ont été influencées par le souci croissant de la protection de l'environnement.
- expliquer la nécessité pour les entreprises de respecter les règles sociales et éthiques

dans leurs activités de marketing (p. ex., règles contre le racisme, le sexisme, la publicité frauduleuse, la fraude commerciale).

- identifier des entreprises qui intègrent la responsabilité sociale comme une composante de leur philosophie de marketing (p. ex., parrainer les activités d'œuvres de charité, faire preuve de responsabilité dans les pratiques environnementales, ne pas recourir à une main-d'œuvre bon marché, ne pas utiliser d'animaux dans la mise à l'essai de leurs produits).
- déterminer les objectifs et l'efficacité du marketing de causes sociales (p. ex., banques alimentaires, pratiques environnementales, protection des animaux).
- décrire certains effets du marketing sur les sociétés traditionnelles tels les peuples autochtones (p. ex., alimentation, moyen de transport, protection de l'environnement).
- décrire les voies dont dispose la consommatrice ou le consommateur pour porter plainte contre des entreprises, en particulier celles qui offrent des services en français (p. ex., normes canadiennes de la publicité, Association des consommateurs du Canada, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications).

Marketing international

- décrire l'importance des marchés industriels et de consommation dans le monde (p. ex., communauté européenne, continent américain, bloc asiatique).
- analyser les facteurs qui contribuent à la formation de marchés internationaux (p. ex., informatique, monnaies communes, multinationales, immigration).
- analyser les facteurs de risque (p. ex., barrières culturelles, lois, types de gouvernement) et les stratégies de marketing à considérer pour se préparer aux marchés étrangers.
- décrire les difficultés liées aux facteurs linguistiques, culturels et géographiques dans le marketing international (p. ex., langue, mode de vie, moyens de transport).

Marketing des organismes sans but lucratif

- décrire les caractéristiques de l'organisme sans but lucratif.
- démontrer comment un organisme sans but lucratif utilise le marketing (p. ex., campagne de financement, promotion).
- comparer les méthodes de marketing utilisées par les organismes sans but lucratif avec celles utilisées par les organismes gouvernementaux.

- comparer les objectifs du marketing pour les organismes sans but lucratif et ceux à but lucratif (p. ex., faire des collectes de fonds, conscientiser au sujet d'un problème, vendre des produits).
- comparer l'importance du marketing pour les organismes sans but lucratif et ceux à but lucratif.

Possibilités de carrière

- explorer les carrières offertes en marketing en consultant différentes sources de renseignements (p. ex., Internet, Ressources humaines et Développement social, logiciel accès carrière) et en les classant selon le domaine en marketing (p. ex., ventes, distribution, publicité).
- comparer les carrières en marketing, particulièrement en ce qui a trait aux tâches exigées et à la rémunération, tant au niveau des subordonnées et subordonnés qu'au niveau des gestionnaires.
- répertorier les programmes de formation en marketing (p. ex., études postsecondaires, cours du secteur privé, cours parrainés par le gouvernement), en particulier les options éducatives qui existent en français.

Plan de marketing

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer l'importance d'un plan de marketing.
- expliquer la phase de planification d'un plan de marketing.
- élaborer un plan de marketing pour un bien, un service ou un événement.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Importance d'un plan de marketing

- expliquer comment un plan de marketing est utilisé comme outil stratégique (p. ex., pour déterminer la croissance future d'une entreprise, développer de nouveaux produits, élargir le marché local et étranger).
- expliquer comment un plan de marketing peut tenir compte de l'éthique et de la responsabilité sociale (p. ex., en identifiant divers marchés, en incluant dans le produit et l'emballage des composantes favorables à l'environnement).
- identifier les raisons pour lesquelles les dépositaires (p. ex., ceux qui prennent des décisions, les propriétaires d'entreprises, les banquières ou banquiers, les investisseuses ou investisseurs, les membres des conseils d'administration) seraient intéressés à un plan de marketing.
- expliquer l'importance des compétences essentielles (compétences essentielles selon Ressources humaines et Développement social) et des compétences d'employabilité (p. ex., compétences organisationnelles, de planification, gestion de temps, compétences en technologie de l'information) dans la préparation d'un plan de marketing.

Phase de planification

- identifier les ressources (p. ex., site de support Internet, gabarit de planification d'affaires, centre régional économique) disponibles pour aider à l'élaboration d'un plan de marketing.
- analyser (p. ex., à l'aide d'une étude de cas) les étapes de la phase de planification (p. ex., analyse de la situation, examen du marché – produit, programme de marketing mix, prévision budgétaire).
- expliquer l'importance de la phase de planification dans l'élaboration d'un plan de marketing.

Phase d'élaboration

- analyser un produit en fonction des éléments du marketing mix.
- élaborer un plan de marketing pour le produit choisi (p. ex., description du bien, du service ou de l'événement, analyse de la situation, marché cible, objectifs, stratégies, plan d'actions, données financières).
- expliquer en quoi consistent les phases de mise en œuvre et de contrôle dans le processus de marketing.

Marketing de la vente au détail et des services, 11^e année, cours préemploi

(BMX3E)

Ce cours présente les principes fondamentaux du marketing appliqués à la vente au détail et aux services. L'élève explore des questions ou des préoccupations qui influent sur le marketing ainsi que les tendances de la mondialisation, reconnaît l'importance du service à la clientèle, analyse les méthodes visant à fidéliser la clientèle et examine de quelle façon la présentation d'un produit influe sur la décision d'acheter. En examinant les éléments clés du marketing de la vente au détail et des services, en particulier le rôle des technologies, l'élève acquiert des habiletés personnelles qui lui seront utiles pour divers emplois en marketing.

Préalable : Aucun

Principes de base du marketing

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire l'utilisation du marketing mix dans le commerce de détail et l'entreprise de service.
- évaluer l'influence du profil et des préférences des consommatrices et consommateurs sur les activités des commerces de détail et des entreprises de service.
- décrire les facteurs qui influent sur la concurrence.
- analyser le processus d'achat et de vente dans le commerce de détail et l'entreprise de service.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Marketing mix

- décrire les composantes du marketing mix (produit, prix, place [distribution], promotion [communication]) et leur influence sur les activités de marketing (p. ex., vente, publicité, service à la clientèle, promotion, relations publiques, distribution).
- distinguer divers types de produits (p. ex., produits durables et non durables) offerts par le commerce de détail et l'entreprise de service dans sa communauté.
- décrire les politiques de prix utilisées par un commerce de détail et une entreprise de service.
- comparer les différents canaux de distribution des produits (p. ex., direct, indirect, intégré) et les différents modes de transport (p. ex., voies terrestre, fluviale et aérienne, route électronique).
- comparer des moyens de promouvoir un produit pour différents marchés cibles (p. ex., enfants, adolescents, adultes, femmes, personnes âgées, personnes handicapées) en utilisant des exemples de diverses techniques de promotion et de publicité (p. ex., annonces publicitaires dans les journaux et les magazines, encarts publicitaires, fenêtres publicitaires dans Internet, brochures, coupons).

Consommatrices et consommateurs

- identifier des groupes de consommatrices et consommateurs (p. ex., baby-boomers, retraités, hommes, femmes) qui utilisent des biens et des services spécifiques.
- expliquer de quelle façon les entreprises ont répondu aux nouveaux besoins des consommatrices et consommateurs au cours de la dernière décennie (p. ex., aliments prêts-à-manger, modules de communication portatifs, jeux vidéo).
- déterminer (p. ex., à l'aide d'un questionnaire, d'un sondage, d'un essai de dégustation) les préférences des consommatrices et consommateurs pour un produit particulier.

Concurrence

- nommer des commerces de détail et des entreprises de service qui sont en concurrence ouverte sur le territoire cible des produits offerts dans une région donnée.
- expliquer comment les commerces de détail et les entreprises de service dans un secteur particulier se font concurrence pour attirer la clientèle afin d'augmenter leur part du marché (p. ex., guerre des prix, service à la clientèle, service après-vente).

- décrire divers types de concurrence (p. ex., directe, indirecte, étrangère, mondiale) et leurs effets sur le comportement de la consommatrice et du consommateur, sur les commerces de détail et sur les entreprises de service.
 - comparer des politiques de crédit et de paiement adoptées par des entreprises de vente et de service rivales pour attirer les consommatrices et consommateurs.
- Processus d'achat et de vente***
- énumérer les facteurs (p. ex., facteurs du marketing mix, facteurs d'ordre psychologique, socioculturel, situationnel) qui influent sur le processus d'achat (p. ex., reconnaissance, recherche, évaluation, décision d'achat, comportement post-achat) des commerces de détail et des entreprises de service.
 - déterminer comment les changements dans les goûts, les préférences, les priorités et les styles de vie des Canadiennes et Canadiens influent sur leurs décisions d'achat (p. ex., fidélité à une marque de commerce, achats répétés).
 - appliquer le modèle AIDA (attention, intérêt, désir, action) pour expliquer les étapes de la vente (p. ex., obtenir de l'information sur le produit ou le consommateur, présenter le produit, conclure la vente).
 - identifier différentes stratégies de mise en marché utilisées dans le processus de vente (p. ex., rabais, vente en gros, étiquette, code universel des produits, vente en ligne).

Tendances du marketing de la vente au détail et des services

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire l'incidence des technologies de l'information sur le marketing dans le commerce de détail et l'entreprise de service.
- décrire les types de commerces de détail et d'entreprises de service.
- décrire des préoccupations d'ordre social, juridique, environnemental et moral qui influent sur le marketing.
- démontrer comment les tendances de la mondialisation influent sur les commerces de détail et les entreprises de service.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Technologies de l'information

- décrire l'incidence des technologies de l'information sur la capacité de déterminer les besoins des consommatrices et consommateurs et de répondre à ces besoins.
- décrire les technologies informatiques utilisées dans le commerce de détail (p. ex., caisses informatisées, cartes de débit, cartes de crédit).
- expliquer l'utilisation des technologies de l'information (p. ex., bureau de publicité, tableaux électroniques) dans la création du mix promotionnel.
- démontrer l'importance des technologies informatiques (p. ex., marché virtuel, inforoutes, système de positionnement global [SPG]) et leur impact sur les canaux de distribution.

Commerces de détail et entreprises de service

- classer les commerces de détail et les entreprises de service selon leur type d'activité (p. ex., point de vente, magasin spécialisé, catalogue).
- comparer les activités de différents types de commerces de détail et d'entreprises de service (p. ex., détaillants spécialisés, ventes en ligne et par catalogue, institutions financières, agences de voyages).

- expliquer la popularité et la croissance de divers types de commerces de détail et d'entreprises de service (p. ex., franchises, chaînes de magasins, centre commercial).
- décrire les facteurs (p. ex., capacité de vente, compétence de la main-d'œuvre, connaissance du produit) déterminant la réussite des commerces de détail et des entreprises de service.
- expliquer comment la distribution des biens et des services (p. ex., hypermarché, mégacentre commercial, vente en ligne) s'adapte aux besoins des propriétaires et aux préférences des consommatrices et des consommateurs.

Préoccupations d'ordre social, juridique, environnemental et moral

- expliquer comment les tendances démographiques, y compris chez les francophones, et les tendances de consommation (p. ex., conscientisation par rapport à la santé, déclin du taux de naissance, vieillissement de la population) influent sur le commerce de détail et l'entreprise de service.

- identifier les façons dont des lois et des règlements (p. ex., par rapport à la santé et à la sécurité, à la protection de l'environnement, aux normes des produits) peuvent avoir un impact sur les activités d'une entreprise.
- décrire comment les activités de marketing (p. ex., emballage, étiquetage) sont influencées par le souci croissant de la protection de l'environnement.
- décrire comment des pratiques immorales en affaires (p. ex., travail des enfants, fraude, mauvaises conditions de travail) influent sur l'industrie de la vente au détail.
- évaluer l'impact de la mondialisation des marchés sur les méthodes et les techniques de marketing du commerce de détail et de l'entreprise de service au Canada.
- décrire comment les diversités sociales, culturelles et ethniques parmi les consommatrices et consommateurs (p. ex., modes de vie rural et urbain; différences de langue, de traditions sociales) influent sur les décisions liées à la planification et au marketing des commerces de détail et des entreprises de service.
- décrire les effets possibles des secteurs d'activité tels les commerces de détail et les entreprises de service sur les sociétés traditionnelles, y compris les communautés autochtones (p. ex., en ce qui a trait aux méthodes d'échange de produits).

Tendances de la mondialisation

- identifier les avantages de la mondialisation pour les entreprises (p. ex., plus grand choix de produits, externalisation des activités de production, augmentation de la concurrence).

Activités des commerces de détail et des entreprises de service

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire les techniques commerciales de présentation des produits.
- expliquer les différents systèmes de gestion et de contrôle des stocks.
- démontrer l'importance de la gestion des ressources humaines dans le domaine du commerce de détail et de l'entreprise de service.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Techniques de présentation des produits

- établir les différentes classifications de marchandise (p. ex., produits d'achat réfléchi, produits d'achat impulsif).
- comparer différents étalages de commerces de détail et d'entreprises de service (p. ex., combinaison de couleurs, thème, étalage en vitrine).
- décrire comment les magasins de détail utilisent les techniques de design pour aménager l'espace commercial (p. ex., comptoir, meuble îlot, étagère, vitrine) et ainsi attirer et fidéliser la clientèle.
- créer un étalage visuel (p. ex., panneau bulletin, présentoir, étalage en vitrine) pour présenter un produit.

Gestion et contrôle des stocks

- décrire le processus de gestion des stocks (p. ex., acquisition des produits, réception des produits).
- nommer différentes méthodes d'affichage du prix des marchandises (p. ex., étiquette, code universel des produits).
- décrire le système de contrôle des stocks et les méthodes d'inventaire utilisées par les commerces de détail (p. ex., méthode d'inventaire périodique, méthode d'inventaire permanent).
- expliquer l'importance de l'utilisation d'un système informatisé pour la gestion des stocks (p. ex., caisse enregistreuse, numériseur, système de contrôle de l'inventaire).

Ressources humaines

- décrire divers types de structures organisationnelles dans les commerces de détail (p. ex., par produit, par département, par fonction).
- expliquer l'importance d'assurer une diversité de la main-d'œuvre dans les commerces de détail et les entreprises de service.
- décrire les modes de rémunération (p. ex., taux horaire, salaire, commission, prime de rendement, boni) utilisés généralement dans les commerces de détail et dans les entreprises de service.
- identifier les lois et les règlements portant sur la sécurité au travail (p. ex., *Loi sur la santé et la sécurité au travail* [1990], *Règlement canadien sur la santé et la sécurité au travail*) qui s'appliquent aux commerces de détail et aux entreprises de service.
- établir l'importance d'avoir une formation en matière de santé et de sécurité au travail (p. ex., formation sur le Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail [SIMDUT], certificat de premiers soins, certificat en réanimation cardio-respiratoire [RCR]).
- décrire les responsabilités des employeuses et employeurs d'un commerce de détail et d'une entreprise de service envers leurs employées et employés (p. ex., salaires équitables et justes, conditions de travail convenables, bénéfices sociaux).

Secteurs de la vente au détail et des services

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- expliquer l'importance du service à la clientèle dans les commerces de détail et les entreprises de service.
- déterminer les habiletés personnelles nécessaires dans les activités de la vente au détail et des services.
- explorer des possibilités de carrière dans le domaine de la vente au détail et l'entreprise de service.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Service à la clientèle

- décrire différentes stratégies de service à la clientèle dans un commerce de détail et une entreprise de service pour augmenter les ventes et acquérir une bonne réputation.
- expliquer l'importance de bien connaître le produit pour le processus de vente.
- décrire les moyens utilisés pour fidéliser la clientèle (p. ex., service après-vente, lettre de relance, reconnaissance de la clientèle).

Activités de la vente au détail et des services

- identifier les compétences essentielles (p. ex., littératie, numératie, travail d'équipe) recherchées par l'employeuse ou l'employeur dans le commerce de détail et l'entreprise de service selon Ressources humaines et Développement social).
- identifier des applications des technologies de l'information (p. ex., caisse enregistreuse, numériseur, système de contrôle de l'inventaire) dans la vente au détail et l'entreprise de service.
- appliquer des stratégies d'établissement des prix (p. ex., calculer la marge de profit, l'escompte) utilisées dans les commerces de détail et les entreprises de service.

- expliquer les étapes du processus de la vente personnelle ainsi que l'importance des habiletés interpersonnelles utilisées par une vendeuse ou un vendeur pour conclure une vente.

Possibilités de carrière

- décrire les caractéristiques (p. ex., entrent, apparence soignée, langue appropriée) et les habiletés (p. ex., en planification et organisation, en gestion de temps, en technologie de l'information) requises pour obtenir un emploi dans les secteurs de la vente au détail et du service à la clientèle.
- organiser un portfolio personnel incluant un curriculum vitæ, une lettre d'accompagnement et des lettres de recommandation en vue d'obtenir un emploi dans un commerce de détail ou une entreprise de service.
- montrer (p. ex., à l'aide d'une simulation) les habiletés nécessaires pour réussir une entrevue afin d'obtenir un emploi dans un commerce de détail ou une entreprise de service.
- décrire des programmes de formation professionnelle relatifs au commerce de détail et à l'entreprise de service, qui mènent à une carrière, et relever les options éducatives qui existent en français.

- décrire des moyens de trouver des possibilités d'emploi (p. ex., visite de banques de l'emploi en ligne, lecture des petites annonces, participation à un réseau d'entraide, envoi du curriculum vitæ aux entreprises locales, utilisation des services aux élèves, Internet) dans la vente au détail et des services.
- explorer des perspectives de carrière dans les commerces de détail et les entreprises de service en utilisant diverses sources.

Technologies de l'information et de la communication

Aperçu

La vie quotidienne des individus dans la société change constamment et devient de plus en plus complexe. Bien que l'évolution des technologies de l'information et de la communication (TIC) touche tous les aspects de la vie, elle a un effet particulièrement important sur les affaires et le commerce. Les cours de technologies de l'information et de la communication visent à préparer les élèves au monde des affaires et des communications, qui repose de plus en plus sur la technologie électronique, une technologie qui connaît des transformations rapides. Que les élèves prennent ces cours dans le but d'appliquer les nouvelles technologies à la carrière envisagée, de mieux comprendre les effets des technologies sur les entreprises ou d'acquérir les notions fondamentales qui leur permettront d'utiliser les TIC dans leurs études postsecondaires, les cours de technologies de l'information et de la communication leur offriront la chance d'acquérir les compétences et les connaissances pertinentes.

Domaines d'études

Technologies de l'information et de la communication : environnement informatisé, 11^e année, cours ouvert

- Littérature numérique
- Logiciels d'application
- Communication dans le monde des affaires
- Commerce électronique
- Implications et enjeux des technologies de l'information et de la communication

Technologies de l'information et de la communication : solutions multimédias, 12^e année, cours précollégial

- Environnement informatisé
- Logiciels d'application
- Activités électroniques
- Gestion de projets d'équipe informatisés

Technologies de l'information et de la communication en milieu de travail, 12^e année, cours préemploi

- Environnement informatisé
- Logiciels d'application
- Activités électroniques et travail d'équipe
- Préparation à l'emploi

Technologies de l'information et de la communication : environnement informatisé, 11^e année, cours ouvert

(BTA3O)

Ce cours prépare l'élève au milieu de travail informatisé en lui permettant de développer ses habiletés en technologies de l'information et de la communication grâce à l'utilisation de logiciels d'application du monde des affaires. L'élève étudie le concept et les opérations du commerce électronique ainsi que la conception et la création d'un site Web pour effectuer des ventes en ligne. Les habiletés acquises dans ce cours préparent l'élève à réussir dans le monde du travail ou dans des études postsecondaires.

Préalable : Aucun

Littératie numérique

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire un poste de travail informatique en utilisant la terminologie liée aux technologies de l'information et de la communication.
- gérer des fichiers et des répertoires électroniques.
- démontrer l'utilité des outils de recherche électronique.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Poste de travail informatique

- expliquer les fonctions des composants internes d'un poste de travail et des divers périphériques en utilisant la terminologie française appropriée (p. ex., clavier, souris, unité de stockage, imprimante, numériseur à balayage, enceinte acoustique, port USB, appareil photo numérique, carte d'extension).
- définir des termes liés aux technologies de l'information et de la communication (p. ex., intranet, extranet, URL, champ, matériel, pollurriel, navigateur Web).
- décrire les situations qui nécessitent l'utilisation soit d'un poste de travail autonome, soit d'un réseau local d'entreprise (RLE), soit d'un réseau étendu (RE) (p. ex., bureau à la maison, école, petite entreprise, multinationale).
- décrire les caractéristiques principales de divers systèmes d'exploitation (p. ex., Windows XP, Linux, OS/2).
- expliquer les fonctions des divers composants d'un système d'exploitation (p. ex., bureau, explorateur, fenêtre).

Gestion des fichiers et des répertoires

- expliquer différents procédés (p. ex., archivage, impression, compression, courriel) de gestion électronique des fichiers (p. ex., répertoire [dossier], fichier joint) et leur utilité.

- appliquer les règles de gestion des fichiers et des répertoires pour classer les fichiers électroniques.
- gérer le transfert des fichiers dans différents supports de stockage (p. ex., clé de mémoire USB, disquette, cédérom).

Recherche électronique

- déterminer différentes sources d'information électroniques (p. ex., cédérom, site Web, moteur de recherche) qui peuvent être utilisées pour trouver de l'information nécessaire à l'accomplissement d'une tâche spécifique en affaires.
- appliquer différentes techniques de recherche (p. ex., recherche simple, recherche avancée, recherche booléenne) pour réaliser une recherche précise.
- expliquer les fonctions d'un navigateur Web et d'un métamoteur de recherche (p. ex., édition, création de signets, actualisation; filtrage, tri et groupement des résultats de recherche).
- évaluer la pertinence et la validité de l'information recueillie dans des sources électroniques.
- appliquer les règles de référence bibliographique (p. ex., American Psychological Association [APA]) afin de citer ses sources d'information.

Logiciels d'application

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- démontrer l'utilité des fonctions avancées et des commandes propres à un traitement de texte pour produire des documents complexes conformes aux normes d'usage dans le monde des affaires.
- démontrer l'utilité des fonctions avancées et des commandes propres à un tableur pour traiter des données reliées au monde des affaires.
- utiliser des fonctions et des commandes propres à d'autres logiciels d'application qui sont couramment utilisés dans le monde des affaires.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Traitement de texte

- utiliser des fonctions avancées et des commandes propres à un traitement de texte (p. ex., fusion, tabulation, colonne, tableau) pour accomplir diverses tâches.
- produire des documents d'affaires en français (p. ex., correspondance, rapport, formulaire, organigramme, tableau) conformes aux règles de mise en page, à partir de textes imprimés, de brouillons, de manuscrits et de textes à corriger.
- composer des textes directement à l'ordinateur selon les règles de la langue française en se servant d'outils de référence et de correction informatisés (p. ex., thésaurus, dictionnaire, grammaire, correcteur).

Tableur

- utiliser les fonctions avancées et les commandes propres à un tableur (p. ex., fonctions financières, analyses statistiques, requête, tri, graphiques) pour accomplir diverses tâches.
- traiter des données reliées au monde des affaires (p. ex., présenter les données sous forme de diagrammes ou de graphiques, effectuer des calculs, organiser les données, produire des rapports).

Autres logiciels

- démontrer l'utilité de logiciels d'application couramment utilisés dans le monde des affaires (p. ex., base de données, logiciel graphique, logiciel de publication assistée par ordinateur, logiciel de présentation, logiciel d'organigrammes).
- utiliser des fonctions et des commandes propres à divers logiciels pour produire des documents d'affaires en français (p. ex., présentation, inventaire, carte professionnelle, formulaire).
- choisir le logiciel d'application le plus approprié (p. ex., base de données, logiciel de microédition, logiciel graphique) pour produire des documents d'affaires en français (p. ex., carnet d'adresses, dépliant, graphique).
- importer et exporter des fichiers de données (p. ex., texte, son, image, tableau) d'une application à une autre.
- exécuter des directives à l'aide d'un manuel, d'un menu d'aide, d'un assistant ou d'un support technique en ligne.

Communication dans le monde des affaires

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- produire des documents d'affaires conformes aux normes d'usage dans le monde des affaires.
- utiliser des outils de communication électronique.
- créer un portfolio numérique de ses meilleurs travaux.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Documents d'affaires

- créer et réviser des documents d'affaires de façon à respecter les normes de clarté, de concision, de complétude, de cohérence et de politesse.
- appliquer des techniques visuelles et orales dans les communications du monde des affaires.
- organiser l'exécution des travaux selon les priorités en visant la productivité, l'efficacité et l'efficience.

Outils de communication électronique

- décrire l'utilisation de divers outils de communication électronique (p. ex., courriel, intranet, Internet, extranet, assistant numérique personnel [ANP], téléphone cellulaire, téléavertisseur) ainsi que les avantages qu'ils procurent à l'entreprise.
- utiliser des outils de communication électronique en français.
- appliquer la netiquette en fonction des objectifs visés et de l'auditoire cible lors de communications électroniques.

Portfolio numérique

- expliquer les compétences et les habiletés nécessaires pour travailler dans le domaine des technologies de l'information et de la communication.
- évaluer ses habiletés et ses compétences en technologie de l'information et de la communication (p. ex., production de documents d'affaires, stratégies avancées de recherche, présentation avec animation, communication électronique).
- créer un portfolio numérique à partir d'exemples de ses meilleurs travaux.

Commerce électronique

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire le commerce électronique.
- évaluer l'impact du commerce électronique sur l'organisation d'une entreprise virtuelle.
- créer le site Web d'un commerce électronique.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Commerce électronique

- définir les termes liés au commerce électronique (p. ex., entreprise clic et mortier, commerce électronique interentreprises, fenêtre-pub d'entrée).
- expliquer le fonctionnement du commerce électronique.
- décrire les implications de la mise sur pied d'un commerce électronique (p. ex., ressources humaines spécialisées, enregistrement du nom de domaine, hébergement du site Web, gestion de paiements en ligne).

Impact du commerce électronique

- décrire les effets (p. ex., avantages, désavantages, concurrence) du commerce en ligne (p. ex., du point de vue de la clientèle, du point de vue de l'entreprise).
- analyser les changements provoqués par le commerce électronique sur l'organisation du travail (p. ex., description des tâches, qualifications, horaires, relations interpersonnelles).
- décrire les implications du commerce électronique pour la gestion financière de l'entreprise (p. ex., taux de change, taxes et droits d'accise, frais de livraison).
- expliquer l'incidence du commerce électronique sur le bien-être des employées et employés (p. ex., équité en matière d'emploi, équité salariale, conditions de travail, sécurité au travail).

Site Web d'un commerce électronique

- identifier le but du site Web d'un commerce électronique (p. ex., promotion et marketing, achat en ligne) en fonction d'un marché cible spécifique.
- répertorier des outils de planification financière offerts sur l'inforoute (p. ex., outils de calcul du taux de change, des fonds communs de placement, de l'impôt sur le revenu) utiles au lancement d'une entreprise virtuelle, y compris ceux qui sont offerts en français.
- décrire les éléments clés de la création d'un site Web (p. ex., structure, hyperlien, hypertexte, compteur, animation).
- décrire les caractéristiques d'un site efficace de commerce électronique (p. ex., site bilingue, caractère esthétique, format, utilité, validité, sécurité, convivialité).
- créer le site Web d'un commerce électronique pour un marché cible.

Implications et enjeux des technologies de l'information et de la communication

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser des questions juridiques et éthiques qui résultent de l'utilisation des technologies de l'information et de la communication.
- analyser des questions liées à la protection de la vie privée et à la sécurité électronique dans le domaine des technologies de l'information et de la communication.
- analyser les enjeux des technologies de l'information et de la communication concernant les principes ergonomiques, la santé et l'environnement de travail.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Questions juridiques et éthiques

- décrire les règles d'éthique concernant les technologies de l'information et de la communication dans le monde des affaires (p. ex., nétiquette, règles sur la protection de la vie privée).
- analyser les implications juridiques des technologies de l'information et de la communication pour la propriété intellectuelle (p. ex., droits d'auteur, marque de commerce).
- expliquer la raison d'être et le contenu d'une entente sur l'utilisation acceptable de l'infoute par les utilisatrices et utilisateurs.
- analyser des questions d'éthique (p. ex., confidentialité, espionnage) que soulève l'utilisation des données relatives aux activités informatiques (p. ex., courrier électronique, commerce électronique).

Vie privée et sécurité électronique

- expliquer les raisons et les moyens (p. ex., antivirus, pare-feu, mot de passe) de protéger l'information et les systèmes informatiques (p. ex., poste de travail autonome, réseau).

- décrire les risques (p. ex., fraude, intrusion dans la vie privée, harcèlement) associés à l'utilisation des outils de communication électronique (p. ex., courriel, commerce électronique, clavardage).
- expliquer les mesures relatives au commerce électronique adoptées par les entreprises pour protéger leur clientèle et leurs activités commerciales sur le Web (p. ex., cryptage, mot de passe, identification de l'utilisatrice ou l'utilisateur).

Ergonomie, santé et environnement de travail

- décrire les caractéristiques d'un poste de travail fonctionnel et ergonomique.
- analyser des questions concernant la santé et la sécurité liées à un environnement informatisé (p. ex., fatigue visuelle, blessures musculosquelettiques).
- analyser les retombées environnementales des technologies de l'information et de la communication (p. ex., mise au rebut du matériel désuet, recyclage du papier et des cartouches d'encre en poudre).

Technologies de l'information et de la communication : solutions multimédias, 12^e année, cours précollégial

(BTX4C)

Ce cours permet à l'élève de mettre en application ses habiletés en technologie de l'information et de la communication, tout en travaillant en équipe. Par la réalisation de projets, l'élève a l'occasion d'intégrer des logiciels d'application en affaires, d'appliquer des techniques multimédias et d'approfondir sa compréhension du commerce électronique et des environnements informatisés. Les habiletés acquises dans ce cours préparent l'élève à réussir dans ses études postsecondaires et sa future carrière.

Préalable : Technologies de l'information et de la communication : environnement informatisé, 11^e année, cours ouvert

Environnement informatisé

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- analyser divers milieux de travail qui utilisent les technologies de l'information et de la communication.
- évaluer l'impact des technologies de l'information et de la communication sur les activités d'une entreprise.
- analyser les besoins liés aux configurations des divers systèmes d'exploitation de réseau.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Milieu de travail informatisé

- comparer divers milieux de travail (p. ex., bureau à la maison, société, coopérative).
- expliquer le rôle (p. ex., bureaucratique, de traitement de transactions, d'aide à la prise de décisions, d'information de gestion, d'experts) de différents types de systèmes d'information dans l'entreprise.
- décrire des logiciels (p. ex., logiciel de visioconférence par Internet, logiciel de gestion personnelle, logiciel graphique) et le matériel informatique (p. ex., portable, ordinateur de poche) utilisés dans divers milieux de travail.

Impact sur les activités d'une entreprise

- décrire des types d'entreprises qui utilisent efficacement les technologies de l'information et de la communication pour des besoins d'exploitation (p. ex., commerce électronique, hébergeur de site Web, entreposage électronique massif de données).
- analyser l'impact des changements provoqués par les technologies de l'information et de la communication sur une entreprise, les conditions de travail et le mode de vie de la société (p. ex., mondialisation des marchés, accessibilité de l'information, emplois).

- décrire l'impact des nouveautés technologiques sur les activités et l'environnement de travail (p. ex., matériel informatique, planification des systèmes, personnel spécialisé).
- présenter les implications sociales, politiques, économiques et éthiques des technologies de l'information et de la communication pour le personnel et l'entreprise (p. ex., différence culturelle, information privilégiée, fiabilité des systèmes, code d'éthique).

Systèmes informatiques

- expliquer les systèmes d'exploitation de réseau (SER) en utilisant la terminologie française appropriée (p. ex., réseau, configuration, topologie de réseau).
- décrire diverses topologies de réseau (p. ex., étoile, bus, anneau, arbre).
- analyser divers plans d'aménagement de matériel informatique et les dispositions à prendre pour répondre aux besoins des entreprises.

Logiciels d'application

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- créer des documents intégrés personnalisés à l'aide de logiciels d'application.
- réaliser des rapports d'affaires en intégrant divers logiciels d'application.
- utiliser des outils électroniques appropriés à la planification financière.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Création de documents d'affaires

- déterminer les documents appropriés correspondant aux besoins spécifiques d'une entreprise (p. ex., document multimédia comprenant du texte, un organigramme, une illustration, du son, un tableau).
- choisir le logiciel le plus approprié (p. ex., base de données, tableur, traitement de texte, gestionnaire personnel) pour créer des documents d'affaires personnalisés.
- créer et réviser des documents d'affaires personnalisés complexes de façon à respecter les normes de clarté, de concision, de complétude, de cohérence et de politesse en utilisant les commandes (p. ex., tri, affichage, interrogation) et les outils (p. ex., gabarit, assistant, fonctions mathématiques) propres à divers logiciels.

Rapports d'affaires

- utiliser les fonctions d'un logiciel d'application pour produire un rapport d'affaires (p. ex., titres courants, notes en bas de page et en fin de document, numérotation des pages, table des matières, bibliographie, annexes, tableaux, graphiques, rapports).

- identifier les principaux formats d'un logiciel multimédia (p. ex., image [JPEG, GIF, PNG], son [MP3, MIDI, WAV, AVI]).
- produire un rapport d'affaires intégré (p. ex., rapport comprenant graphiques, sons, images, textes, tableaux) en utilisant un logiciel multimédia.

Planification financière

- inventorier divers outils électroniques en planification financière qui sont offerts dans Internet (p. ex., emprunts, taux d'intérêt, fonds communs de placement, taux de change, plan d'affaires).
- réaliser un projet fictif ou réel en planification financière (p. ex., planifier le budget de ses études de trois ans, planifier l'achat d'un véhicule, planifier un voyage) à l'aide d'un outil électronique approprié.

Activités électroniques

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- démontrer l'utilité des outils de recherche et de communication électroniques.
- démontrer l'importance de garder son portfolio numérique à jour.
- décrire les opérations d'un commerce électronique.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Recherche et communication électroniques

- expliquer le fonctionnement des moteurs de recherche.
- résoudre un problème relatif au domaine des affaires (p. ex., investissement, taux hypothécaire, propriété immobilière) en recueillant de l'information pertinente à l'aide d'outils électroniques.
- évaluer la pertinence et la validité de l'information recueillie dans des sources électroniques.
- appliquer les règlements concernant les droits d'auteur lors de la collecte d'information.
- analyser des données de recherche à l'aide de logiciels (p. ex., logiciel statistique, tableur, traitement de texte).
- choisir l'outil électronique approprié pour communiquer de l'information à un auditoire cible (p. ex., multimédia, courriel, site Web).
- communiquer électroniquement les résultats de ses recherches selon un guide de présentation reconnu (p. ex., American Psychological Association [APA]).

Portfolio numérique

- déterminer ses compétences d'employabilité en consultant divers sites Web (p. ex., profil d'habiletés de l'employabilité du Conference Board du Canada, lignes directrices nationales visant l'éducation

et la formation des jeunes entrepreneurs et entrepreneurs, plan directeur pour le design en développement de vie-carrière).

- démontrer ses habiletés en technologie de l'information et de la communication (p. ex., production de documents d'affaires, stratégies avancées de recherche, présentation avec animation, communication électronique) en créant un inventaire de ses compétences dans ce domaine.
- garder à jour son portfolio numérique créé à partir d'exemples de ses meilleurs travaux.

Opérations d'un commerce électronique

- rechercher les différentes méthodes de publicité utilisées sur les sites Web.
- identifier les différentes façons que les entreprises ont pour gérer des paiements en ligne (p. ex., compte marchand, autorisation de crédit en temps réel, traitement des commandes hors-ligne).
- identifier les méthodes que la clientèle utilise pour effectuer des paiements en ligne (p. ex., carte à puce intelligente, paiement en personne, carte portefeuille).
- décrire des mesures de sécurité utilisées pour protéger les sites Web (p. ex., protocole de sécurité SSL, cryptage, schéma de signature numérique).

Gestion de projets d'équipe informatisés

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire l'approche fondée sur le travail d'équipe pour gérer les activités dans un environnement informatisé.
- utiliser des outils électroniques pour gérer les activités d'un projet d'équipe informatisé.
- utiliser une approche fondée sur le travail d'équipe pour réaliser une production multimédia.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Travail d'équipe

- expliquer le concept du travail d'équipe tel qu'il est appliqué dans le monde des affaires.
- analyser les différences entre une équipe efficace et une équipe inefficace.
- identifier les avantages et les défis qu'apporte la diversité culturelle et sociale de la main-d'œuvre (p. ex., coutumes diverses, différences religieuses et ethnoculturelles) dans le travail d'équipe.
- décrire comment les entreprises s'y prennent pour résoudre les conflits à l'intérieur d'une équipe dans le but d'accroître la productivité.

Gestion de projets

- déterminer les outils électroniques utilisés dans le monde des affaires pour faciliter la réalisation des activités d'un projet d'équipe informatisé (p. ex., courriel, Intranet, groupe de nouvelles, logiciel bureautique, télécopieur, vidéoconférence).

- évaluer les technologies informatiques qui facilitent l'atteinte des objectifs et qui augmentent la productivité d'une équipe.
- utiliser les outils électroniques les plus appropriés pour accroître la productivité d'une équipe.

Production multimédia

- appliquer un processus de gestion (p. ex., établissement des objectifs, planification des étapes, prise de décisions, contrôle du travail, évaluation des résultats) dans la réalisation d'un projet d'équipe.
- créer en équipe une production multimédia à l'aide d'un logiciel de composition multimédia.
- comparer des stratégies pour résoudre les conflits à l'intérieur d'une équipe et en accroître la productivité.
- communiquer oralement la version définitive du produit à un auditoire cible à l'aide des outils de présentation électroniques.

Technologies de l'information et de la communication en milieu de travail, 12^e année, cours préemploi

(BTX4E)

Ce cours permet à l'élève de développer davantage ses habiletés en technologie de l'information et de la communication, tout en travaillant en équipe. Par la réalisation de projets, l'élève intègre les logiciels d'application et se sert des fonctions de logiciels multimédias. En permettant à l'élève d'approfondir sa compréhension du commerce électronique, des environnements informatisés et de l'éthique en milieu de travail, le cours contribue à une transition réussie entre l'école et le monde du travail.

Préalable : Technologies de l'information et de la communication : environnement informatisé, 11^e année, cours ouvert

Environnement informatisé

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- décrire divers milieux de travail qui utilisent les technologies de l'information et de la communication.
- décrire l'importance de l'éthique dans un milieu de travail informatisé.
- expliquer l'impact des technologies de l'information et de la communication sur les activités d'une entreprise.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Milieu de travail

- comparer divers milieux de travail (p. ex., télétravail, société, coopérative).
- décrire les logiciels et le matériel informatique utilisés dans divers milieux de travail (p. ex., établissement de santé, institution financière, agence de voyages).
- expliquer les systèmes d'exploitation, notamment le système autonome et le système de réseau (SER) (p. ex., réseau, configuration, topologie de réseau).

Éthique dans un milieu de travail informatisé

- décrire les éléments importants d'un code d'éthique pour un milieu de travail informatisé.
- expliquer les conséquences d'un comportement contraire à l'éthique relatif à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication pour une employée ou un employé ou pour une entreprise.
- identifier les défis qu'une équipe de travail hétérogène doit relever (p. ex., diversité culturelle, écart d'âge, habiletés différentes).

Impact sur les activités d'une entreprise

- présenter les changements provoqués par les technologies de l'information et de la communication en ce qui a trait aux conditions de travail (p. ex., réduction des contacts personnels, perte d'emploi/réaffectation, mauvais fonctionnement des systèmes informatiques).
- expliquer l'impact des technologies de l'information et de la communication sur le fonctionnement d'une entreprise (p. ex., efficacité des communications, partage de l'information, réduction de certains coûts).
- identifier différents types d'entreprises (p. ex., commerce électronique, hébergeur de sites Web, entreposage électronique massif de données) qui ont évolué grâce au développement des technologies de l'information et de la communication.

Logiciels d'application

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- créer, à l'aide de logiciels d'application, des documents d'affaires personnalisés tout en respectant les normes d'usage dans le monde des affaires.
- réaliser une production multimédia.
- utiliser des stratégies de gestion de temps, d'organisation de l'information et de fichiers à l'aide d'outils électroniques.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Logiciels d'application intégrés

- identifier les logiciels d'application et leur utilité pour effectuer diverses tâches dans une entreprise.
- produire, à l'aide de différents logiciels d'application, des documents et des formulaires correspondant aux besoins spécifiques d'une entreprise (p. ex., liste de clients, bon de commande, correspondance, stocks, liste de fournisseurs).
- créer un document d'affaires personnalisé en français conforme aux règles de la mise en page et nécessitant l'intégration de divers logiciels d'application (p. ex., rapport avec graphiques et images, lettre d'affaires utilisant les données d'une base de données, présentation électronique comprenant un vidéoclip ou un hyperlien).

Production multimédia

- expliquer la différence entre divers formats de fichiers électroniques (p. ex., GIF, JPEG, PNG, WAV, AVI).

- préparer, à l'aide de divers logiciels, des documents de présentation (p. ex., graphique, photo, son, animation, vidéo) à insérer dans une production multimédia (p. ex., page Web, présentation électronique, lettre d'information électronique).
- créer une production multimédia en fonction d'objectifs particuliers et d'un auditoire cible.

Gestion électronique

- organiser ses fichiers électroniques selon le système de classification en répertoires.
- expliquer l'utilité des logiciels et du matériel informatique dans la gestion de temps et de l'information d'une entreprise.
- utiliser un logiciel de gestion de temps (p. ex., calendrier électronique, agenda électronique, planification électronique).

Activités électroniques et travail d'équipe

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- effectuer une recherche électronique en vue d'en présenter les résultats à un auditoire cible.
- utiliser des outils de communication électronique.
- dégager les implications qui découlent du travail en équipe dans un environnement informatisé.
- démontrer l'importance des outils électroniques pour la gestion d'un projet d'équipe.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Recherche électronique

- utiliser divers moteurs de recherche pour localiser des sites Web en fonction du sujet à l'étude (p. ex., sites éducationnels, sites simples ou multiples, sites utilitaires).
- évaluer la pertinence et la validité de l'information recueillie dans des sources électroniques.
- appliquer les règlements concernant les droits d'auteur lors de la collecte d'information.

Communication électronique

- déterminer le type de document approprié pour transmettre un message particulier (p. ex., présentation, écrit administratif, tableau, graphique).
- sélectionner les outils électroniques appropriés (p. ex., logiciel de présentation, logiciel de courrier électronique, clavardage) pour transmettre l'information à un auditoire cible.
- diffuser des documents utilisant divers outils électroniques (p. ex., multimédia, courriel, site Web).

Équipe de travail

- décrire les raisons pour lesquelles les entreprises forment des équipes de travail pour réaliser des projets informatisés.

- décrire le rôle de chaque individu dans une équipe de travail.
- identifier les qualités personnelles nécessaires pour être un membre productif d'une équipe de travail (p. ex., loyauté, honnêteté, diplomatie, fiabilité, attitude positive, respect des différences).

Projet d'équipe

- déterminer les façons dont les membres d'une équipe peuvent communiquer entre eux à l'aide d'outils électroniques (p. ex., courriel, partage de fichiers).
- appliquer un processus de gestion (p. ex., établissement des objectifs, planification des étapes, prise de décisions, contrôle du travail, évaluation des résultats) pour réaliser un projet d'équipe.
- démontrer l'utilité d'outils électroniques (p. ex., caractéristiques de logiciel, partage de fichiers, télécopieur, courriel) pour faciliter la production commune de documents par des membres d'une équipe localisés dans différentes régions.
- communiquer oralement les résultats d'un projet d'équipe à un auditoire cible en utilisant des outils de présentation électroniques.

Préparation à l'emploi

Attentes

À la fin du cours, l'élève doit pouvoir :

- appliquer des méthodes de recherche d'emploi.
- effectuer une mise à jour continue de son portfolio numérique.
- dresser un plan de transition vers le monde du travail.

Contenus d'apprentissage

Pour satisfaire aux attentes, l'élève doit pouvoir :

Recherche d'emploi

- répertorier les possibilités d'emploi nécessitant des compétences en technologie de l'information et de la communication à l'aide de différentes techniques et stratégies de recherche d'emploi (p. ex., Internet, groupes de nouvelles, réseautage, affichage), et relever celles qui existent en français.
- utiliser des logiciels d'application pour produire des documents de qualité (p. ex., lettre d'accompagnement, curriculum vitae, lettre de suivi) dans le but de se trouver un emploi.
- identifier les étapes et les stratégies à utiliser pour bien se préparer à une entrevue pour un emploi dans le domaine des technologies de l'information et de la communication.

Portfolio numérique

- déterminer les compétences d'employabilité en consultant divers sites Web (p. ex., profil d'habiletés d'employabilité du Conference Board du Canada, lignes directrices nationales visant l'éducation et la formation des jeunes entrepreneurs et entrepreneurs, plan directeur pour le design en développement de vie-carrière).

- résumer les habiletés acquises en technologie de l'information et de la communication en les classant par catégories (p. ex., création de pages Web et de présentations électroniques, réalisation de documents d'affaires).
- maintenir à jour un portfolio numérique à partir d'exemples de ses meilleurs travaux.

Transition vers le monde du travail

- identifier les ressources disponibles (p. ex., livres, conférences, cours de formation continue, formation fournie par l'employeur, formation en ligne) qui permettent de développer des habiletés et d'acquérir des compétences de travail.
- décrire des ressources de planification financière offertes sur l'inforoute (p. ex., calculatrice pour l'achat de voiture, pour le taux de change, pour la valeur des épargnes à échéance).
- produire une planification financière pour assurer sa transition vers le monde du travail à l'aide d'outils électroniques (p. ex., outil de planification financière en ligne, tableur).

Le ministère de l'Éducation tient à remercier les personnes, les groupes et les organismes qui ont participé à l'élaboration et à la révision de ce document.



Imprimé sur du papier recyclé

ISBN 1-4249-0899-X (imprimé)

ISBN 1-4249-0900-7 (TXT)

ISBN 1-4249-0901-5 (PDF)

05-013

© Imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2006