

Compétence	Activité professionnelle	Contenu	Semaine
C 2.1 Réaliser la mise en place	Organisation, la réalisation et le contrôle de la mise en place	Conformité de la mise en place avec la prestation attendue (buffet, brunch, service en chambre, petit déjeuner, cocktail, à la carte, menu, banquet, ...)	1
		Réaction aux aléas et corrections éventuelles Qualité des informations transmises à la hiérarchie Respect des procédures de l'entreprise Clarté des informations et des consignes échangées	2
C 2.2 Gérer le service	Participation à l'organisation avec les autres services (cuisine, bar, office, lingerie, réception, services techniques, ...) Organisation et répartition des activités et des tâches avant, pendant et après le service	Pertinence de la prise en compte des contraintes de chaque service Respect des procédures de l'entreprise Respect de la réglementation Conformité des tâches planifiées avec la prestation commandée Optimisation de la capacité d'accueil (rotation, temps de service, ...) Planification de son travail et celui de son (ses) commis Répartition équilibrée des tâches dans le temps et dans l'espace Optimisation des compétences humaines : savoirs- faire, savoirs-être	
C 3. Animer une équipe	Inscription (et inscription du personnel sous sa responsabilité) dans un principe de formation continue tout au long de la vie et/ou de projet de déroulement de carrière	Richesse et diversité de l'expérience acquise Respect des consignes, des procédures Conseils et remédiations adaptés Pertinence des informations transmises	3
C 1.2 Entretenir des relations professionnelles	Communication avant le service avec les équipes (cuisine, bar, cave, réception, ...)	Pertinence du langage commercial en matière de promotion des ventes	4
C 1.1 Prendre en charge la clientèle	Conseil à la clientèle, la proposition d'une argumentation commerciale Présentation des	Qualité de la prise en compte des objectifs de vente pertinence des conseils et de l'argumentation pour répondre aux demandes et aux attentes de	5

Document de travail
Proposition de répartition du programme de Travaux Pratiques - Classe de Première

	supports de vente	la clientèle Cohérence de l'utilisation de supports propres, à jour et conformes aux consignes et à la réglementation Qualité de la mise en avant des propositions de l'établissement Qualité de l'information faite à la clientèle sur des changements éventuels, des ruptures sur la carte	
C 2..3 Servir des mets et des boissons	Service des boissons	Connaissance des principaux produits et notions de coût d'achat et de prix de vente Utilisation adaptée du matériel Respect de la réglementation et de la législation	6
	Prise de commande	Efficacité des techniques de vente mise en œuvre Qualité de la reformulation de la commande	7
C 1.3 Vendre des prestations	Valorisation de mets	Valorisation des mets par la mise en œuvre d'une technique appropriée : - une finition « minute » - une technique de découpe (poisson rond ou plat, viande, volaille, fruit, fromage, pâtisserie, ...) - une technique de flambage, - une technique de tartare	8
	Valorisation des produits	Pertinence des actions promotionnelles proposées Qualité de la valorisation des produits français (connaissances historiques, géographiques, climatiques, culturelles...) Pertinence des animations (repas à thème, intervenants extérieurs...) Originalité et créativité	9 10 11 12 13 14 15 16 17 18

		<p>Connaissance des produits et des boissons</p> <p>Connaissance des accords classiques mets boissons</p> <p>Connaissance des méthodes et techniques nouvelles de production (Bio, labels, nature...)</p> <p>Qualité des tendances et des évolutions de consommation prises en considération</p> <p>Qualité de l'argumentation des propositions</p> <p>Respect des attentes de la clientèle (goût, budget, nouveauté,...)</p>	<p>19</p>
	Propositions d'accords mets – boissons ou boissons – mets	<p>Qualité du suivi et de la mesure du degré de satisfaction du client, pendant et après la prestation</p> <p>Qualité de la transmission des avis et des remarques des clients à la hiérarchie</p> <p>Qualité de la mise en œuvre de la politique commerciale de l'entreprise</p>	<p>20</p>
C 1.1 Prendre en charge la clientèle	Évaluation de la satisfaction du client et la fidélisation de la clientèle	<p>Qualité de la transmission des avis et des remarques des clients à la hiérarchie</p> <p>Qualité de la mise en œuvre de la politique commerciale de l'entreprise</p>	<p>21</p>
C 3.2 Optimiser les performances de l'équipe	Évaluation de son travail et/ou celui de son équipe Analyse des écarts entre le prévisionnel et le réalisé avec l'aide de son supérieur hiérarchique Proposition et/ou la mise en œuvre des actions d'optimisation et/ou corrective	<p>Respect du planning horaire</p> <p>Pertinence des informations transmises à la hiérarchie et à son équipe</p> <p>Qualité de l'analyse</p> <p>Mesure objective et réaliste des écarts</p> <p>Proposition d'actions correctives adaptées</p> <p>Proposition d'actions pour optimiser les performances de son équipe</p> <p>Atteinte des objectifs</p>	<p>22</p>
C 3.3 Rendre compte du suivi de son activité et de ses résultats	Production d'une synthèse écrite La présentation orale de la synthèse	<p>Qualité de l'expression écrite</p> <p>Pertinence et structuration de l'argumentation</p> <p>Précision et concision de l'information (données qualitatives et quantitatives)</p> <p>Pertinence des technologies de l'information et de la communication utilisées</p> <p>Qualité de l'expression orale (clarté, registre de langage, intonation)</p> <p>Qualité de l'argumentation (structure, concision, adéquation avec les activités menées et les</p>	<p>23</p>

Document de travail
Proposition de répartition du programme de Travaux Pratiques - Classe de Première

	résultats obtenus)	
Marge de 4 semaines allouées à la certification intermédiaire		24
		25
		26
		27