

BTS METIERS DE L'ESTHETIQUE COSMETIQUE PARFUMERIE
PROGRAMME OFFICIEL DU RECTORAT

L'enseignement dispensé est établi en fonction du programme fixé par le Ministère de l'Education Nationale.

1^{ère} Année : Groupe de compétences communes

Prestations et Services	<p>Conception et mise en œuvre de techniques esthétiques OBSERVATION, BILAN ET CONSEILS ESTHÉTIQUES ET COSMÉTIQUES À LA CLIENTÈLE EN SITUATION DE VENTE ET/OU DE SOINS DIAGNOSTIC CUTANE /BILAN PERSONNALISÉ DU CLIENT /CHOIX DES SOINS ET DES PRODUITS TECHNIQUES ESTHÉTIQUES MANUELLES, TECHNIQUES ESTHÉTIQUES UTILISANT DES APPAREILS MÉTHODES D'ÉVALUATION DES PRESTATIONS ET SERVICES HYGIÈNE PROFESSIONNELLE</p> <p>Environnement esthétique PRODUITS, MATÉRIELS ARTS APPLIQUÉS AU DOMAINE DE L'ESTHÉTIQUE COSMÉTIQUE EXPRESSION GRAPHIQUE EN DEUX OU TROIS DIMENSIONS Couleurs – Matières - Propriétés expressives des composants - Composition MODIFICATIONS D'APPARENCE - Morphologie VEILLE COSMÉTIQUE ET ESTHÉTIQUE : SOINS INNOVANTS, NOUVEAUX PROGRAMMES DE SOINS ET CURES PERSONNALISÉES - Techniques et produits innovants - Programmes de soins esthétiques, cures</p> <p>Physique appliquée THERMODYNAMIQUE Premier principe Corps pur Mélanges binaires MÉCANIQUE des FLUIDES - Pression osmotique - Tension interfaciale - Viscosité ÉLECTRICITÉ Régime continu - Régimes variables - Redressement - Distribution de l'énergie électrique RAYONNEMENT Rayonnements électromagnétiques - Photométrie Le LASER ONDES SONORES ET ULTRA-SONORES</p> <p>Chimie appliquée STRUCTURES ET TRANSFORMATIONS EN SOLUTION AQUEUSE L'eau et les solutions aqueuses - Réactions acido basiques - Réactions d'oxydoréduction STRUCTURES ET TRANSFORMATIONS EN CHIMIE ORGANIQUE - Représentation spatiale des molécules - Quelques hydrocarbures - Réactivité - Transformations en chimie organique - Savons et détergents</p> <p>Le produit cosmétique LÉGISLATION – RÉGLEMENTATION FORMULATION ET FABRICATION À L'ÉCHELLE DU LABORATOIRE INTERACTIONS COSMÉTIQUES - PEAU ET PHANÈRES CONTRÔLE DU PRODUIT COSMÉTIQUE SÉCURITÉ DU PRODUIT COSMÉTIQUE ÉVALUATION SENSORIELLE (INGRÉDIENTS ET PRODUITS FINIS)</p> <p>Biologie appliquée BIOLOGIE CUTANÉE - L'épiderme, le derme, l'hypoderme - Les annexes cutanées - Physiologie cutanée et fonctions de la peau - Modifications cutanées - Pathologies de la peau et des phanères - Muscles peauciers et muscles superficiels - Hygiène alimentaire et qualité de la peau</p>
Communication Professionnelle	<p>Méthodes et moyens de communication INTRODUCTION À LA COMMUNICATION - Les théories de la communication LA COMMUNICATION DANS LA RELATION PROFESSIONNELLE Les acteurs de la communication - Les relations entre les acteurs - La communication dans la relation commerciale</p> <p>Promotion et communication commerciale ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS DE L'IMAGE PUBLICITAIRE - Composants formels - Caractéristiques commerciales : MODES ET CODES DE LA COMMUNICATION VALORISATION DE PRODUITS ET DE SERVICES Différents modes de valorisation - Communication commerciale APPROCHE CULTURELLE - La beauté, le parfum, le produit cosmétique</p> <p>LV1 - LV2</p>
Environnement Professionnel	<p>Culture économique, juridique et managériale LES ORGANISATIONS L'ENTREPRISE - Notion d'entreprise : définition - Structure de l'entreprise - Formes juridiques d'une entreprise ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET JURIDIQUE Environnement économique - Environnement juridique - Réglementation de l'esthétique-cosmétique RESSOURCES PROFESSIONNELLES</p>

Environnement Professionnel	<p>Information, création et utilisation d'une documentation professionnelle - Les sources de documentation économique</p> <p>Environnement de travail : un outil stratégique ANALYSE DE L'OFFRE GESTION DES ÉQUIPEMENTS ET DES LOCAUX DEMARCHE QUALITÉ - Définition - Finalité et objectifs - Enjeux et résultats - Normes européennes - Étapes de la démarche de qualité - Mise en œuvre d'une démarche qualité STRATEGIES DE L'ENTREPRISE Logique entrepreneuriale et logique managériale - Management stratégique et management opérationnel - Politique d'innovation - Ressources de l'entreprise au service de la stratégie - Ressources humaines</p>
------------------------------------	---

2^{ème} année : Groupes de compétences spécifiques : Dominantes

Option MANAGEMENT	<p>LANGUE VIVANTE ETRANGERE 1</p> <p>Management des équipes L'EQUIPE DANS L'ENTREPRISE – L'équipe : son rôle dans la structure – La constitution et l'évolution de l'équipe-La valorisation du potentiel de l'équipe ORGANISATION ET ANIMATION DE L'EQUIPE – L'organisation du travail de l'équipe- L'animation de l'équipe -Techniques de résolution de conflits LE MANAGEUR – Les styles de direction et la notion de décision- Les missions du manager- Les outils du manager</p> <p>Management de l'entité commerciale Création d'une entité commerciale-Gestion d'une entité commerciale –Gestion courante d'une entité commerciale- Gestion de l'offre de l'entité commerciale - Sécurisation et développement de l'entité commerciale - Gestion des risques - Gestion des investissements - Gestion commerciale - Les technologies au service de la gestion commerciale - Développement de l'entité commerciale</p> <p>Cadre scientifique et technologique ENVIRONNEMENT COSMETIQUE – Produits cosmétiques – Gammes de produits PRESERVATION DE L'ENVIRONNEMENT : EAU ET ENERGIE ORGANISATION DES ESPACES DE TRAVAIL – Etude fonctionnelle du local professionnel INFRASTRUCTURE MATERIELLE – Caractéristiques et critères de choix des matériaux- Equipement fixe, mobiliers et matériels nécessaires aux différentes activités CONFORT DES PERSONNES</p> <p>Mise en valeur de l'offre de produits et de services et communication publicitaire IMAGE DE LA MARQUE, DE L'ENTREPRISE OUTILS DE COMMUNICATION SYMBOLES GRAPHIQUES Publicité</p>
Option FORMATION - MARQUE	<p>LANGUE VIVANTE ETRANGERE 1 - LANGUE VIVANTE ETRANGERE 2</p> <p>Techniques de formation et d'animation DÉFINITION DES TYPES D'ACTION - Animation et conduite d'actions MÉTHODOLOGIE DE CONSTRUCTION DES ACTIONS - Évaluation et formulation des besoins - Moyens et supports de communication adaptés à l'action</p> <p>Techniques de négociation – Relation client FONDAMENTAUX DE LA NÉGOCIATION COMMERCIALE - Généralités sur les situations de négociation - Diagnostic de la situation de négociation - Stratégies et techniques de négociation - Outils NÉGOCIATION AVEC LE PARTICULIER - Analyse du comportement de l'acheteur particulier - Spécificités du plan de vente NÉGOCIATION AVEC L'ENTREPRISE - Processus d'achat en milieu professionnel - Spécificités du plan de vente NÉGOCIATION AVEC LES DISTRIBUTEURS - Processus d'achat dans la distribution - Spécificités du plan de vente</p> <p>Gestion commerciale GESTION DES MARGES DE MANŒUVRE DANS LA NÉGOCIATION GESTION DE LA RENTABILITÉ ET DU RISQUE CLIENT GESTION DE L'ACTION COMMERCIALE</p> <p>Technologies commerciales ENVIRONNEMENT TECHNOLOGIQUE DU COMMERCIAL - L'organisation technologique du système d'informations commerciales - Les ressources au service du commercial - Technologies commerciales opérationnelles - Utilisation de bases de données clients / prospects - Organisation de la prospection - Travail collaboratif</p> <p>Environnement scientifique, technologique et juridique EXPLOITATION DES DONNÉES SUR LE PRODUIT COSMÉTIQUE - Réglementation internationale des produits cosmétiques - Interactions cosmétique et corps humain - Tests de toxicité - Exploitation de l'objectivation - Adéquation contenant / produit - Veille scientifique et technologique - Gestion des espaces professionnels</p> <p>Image et mise en scène de la marque Caractéristiques d'une marque - Supports et moyens - Mise en scène de la marque</p>