

## BTS NEGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT – SESSION 2020

### Document de cadrage à l'attention des concepteurs de sujets

#### Référentiel BTS NDRC : (objectifs et définition des épreuves)

[https://www.sup.adc.education.fr/btslst/referentiel/BTS\\_Negotiation\\_Digitalisation\\_Relation\\_Client.PDF](https://www.sup.adc.education.fr/btslst/referentiel/BTS_Negotiation_Digitalisation_Relation_Client.PDF)

#### Les sujets doivent être conformes aux règles générales suivantes :

Les supports doivent être authentiques.

##### 1) Articles de presse :

- Date postérieure à juillet 2019 ; source, nom de l'auteur et dates clairement indiqués.
- Pas de saisie d'écran.
- Nombre de mots indiqué au verso du sujet.
- Thèmes liés à la spécificité du BTS NDRC, traitant de l'entreprise et du commerce ; éviter les sujets trop spécialisés : immobilier, notariat, tourisme... Tant que possible privilégier des documents traitant de l'aire culturelle hispanophone. Si vous êtes amenés à effectuer des coupes, assurez-vous de ne pas dénaturer le sens du document.
- Pour permettre une évaluation en B2, les textes uniquement factuels sont à proscrire, veillez à ce que le texte contienne des éléments implicites et/ou des points de vue particuliers.
- Mise en page : Arial 12 pour le corps du texte, Arial 14 Gras pour le titre. Interligne 1,15. Justifier le texte. Marge : 1,5 cm.
- Souligner le vocabulaire dans le corps du texte et dans les notes de bas de page. (3 notes de bas de page maximum).

## 2) Mises en situation

RAPPEL : ce n'est pas un exercice de compréhension. Le document support ne doit pas être trop chargé, ni au niveau de l'iconographie ni au niveau du texte.

- Donner un titre au sujet.
- Supprimer les aspects trop techniques.
- Vérifier la cohérence des dates indiquées dans les documents support par rapport à la date d'examen.
- Le « questionnaire » ne dépassera pas 5 questions/pistes de réflexion et visera à expliciter la mise en situation pour guider le propos du candidat. Les deux rôles (à la fois celui du candidat et celui de l'examinateur) doivent être explicitement indiqués (voir exemple sujet 0 joint).
- Pour les offres d'emploi : éviter les cabinets de recrutement, il faut que l'entreprise qui recrute soit clairement identifiée. (Conseil : vous pouvez consulter les sites des entreprises)

## Annexe II d

### Définition des épreuves

#### **E1 – CULTURE GÉNÉRALE ET EXPRESSION**

**COEF. 3**

**U1**

L'unité U 1 Culture générale et expression valide les compétences établies par l'arrêté du 16 novembre 2006 : objectifs, contenus de l'enseignement et référentiel du domaine de la culture générale et de l'expression pour les brevets de technicien supérieur (publié au B.O. N° 47 du 21 décembre 2006).

#### **E2 – COMMUNICATION EN LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE 1**

**COEF. 3**

**U2**

##### **1. OBJECTIFS**

L'épreuve a pour but d'évaluer l'aptitude du candidat à :

- comprendre une langue vivante étrangère écrite : il s'agit de vérifier la capacité du candidat à exploiter des textes abordant des problématiques commerciales, sans spécialisation ni difficultés techniques excessives et relevant de l'aire culturelle de la langue étudiée, pour se les approprier et en restituer les contenus ;
- s'exprimer à l'oral dans une langue vivante étrangère : il s'agit de vérifier la capacité du candidat à présenter un court propos organisé et à prendre part à un dialogue à contenu professionnel dans la langue choisie.

Tout au long de l'épreuve, il est attendu que le candidat s'exprime dans une langue grammaticalement acceptable, adopte une prononciation claire et une intonation pertinente et mobilise une gamme de langue étendue.

L'évaluation permet de positionner le candidat par rapport un niveau B2 du cadre européen commun de référence pour les langues (CECRL).

##### **2. MODALITES D'EVALUATION**

Que ce soit sous forme ponctuelle ou en CCF, l'interrogation est conduite par un enseignant ou un formateur de langue vivante, intervenant dans une section NDRC.

##### **A. Forme ponctuelle – (épreuve orale 30 minutes)**

L'épreuve consiste en un oral d'une durée maximale de 30 minutes, précédé de 30 minutes de préparation.

Les supports d'évaluation remis au candidat en début de préparation sont constitués par :

- un texte (article de presse ou autre) rédigé en langue étrangère, traitant d'une thématique commerciale et n'excédant pas 50 lignes,
- une mise en situation et un questionnement prenant appui sur un document à caractère commercial (documentation produit, page écran de site commercial, plaquette de salon, offre d'emploi, etc.).

L'épreuve comprend deux phases :

**a) Évaluation de la compréhension de l'écrit - 10 minutes maximum**

Cette phase se déroule intégralement en français. Le candidat rend compte oralement de manière structurée, des idées essentielles du texte qui lui a été remis lors de la préparation. Dans la limite du temps imparti, la commission peut ensuite demander au candidat des précisions afin de mieux évaluer son degré de compréhension.

**b) Évaluation de l'expression orale en interaction - 20 minutes maximum**

Au cours de cette phase, la commission conduit un entretien en langue étrangère avec le candidat à partir des réponses qu'il apporte au questionnement accompagnant la mise en situation et à partir de l'analyse qu'il fait du contenu du document support.

Au fil des échanges, le candidat est invité à réagir, décrire, reformuler, développer une argumentation, justifier son propos ou encore apporter des explications.

**B. Contrôle en cours de formation (2 situations d'évaluation)**

**Situation A : Évaluation de la compréhension de l'écrit - 10 minutes maximum (préparation 15 minutes)**

Cette phase se déroule intégralement en français. Le candidat rend compte oralement de manière structurée, des idées essentielles du texte qui lui a été remis lors de la préparation. Dans la limite du temps imparti, la commission peut ensuite demander au candidat des précisions afin de mieux évaluer son degré de compréhension.

**Situation B : Évaluation de l'expression orale en interaction - 20 minutes maximum (préparation 15 minutes)**

Au cours de cette phase, la commission conduit un entretien en langue étrangère avec le candidat à partir des réponses qu'il apporte au questionnement accompagnant la mise en situation et à partir de l'analyse qu'il fait du contenu du document support.

Au fil des échanges, le candidat est invité à réagir, décrire, reformuler, développer une argumentation, justifier son propos ou encore apporter des explications.

**E3 – CULTURE ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE ET MANAGÉRIALE**

**COEF. 3**

**U3**

L'unité U3 Culture juridique, économique et managériale valide les compétences établies par l'arrêté du.....

Au cours de l'épreuve, la commission conduit un entretien en langue étrangère avec le candidat à partir des réponses qu'il apporte au questionnement accompagnant la mise en situation et à partir de l'analyse qu'il fait du contenu du document support.

Au fil des échanges, le candidat est invité à réagir, décrire, reformuler, développer une argumentation, justifier son propos ou encore apporter des explications.

La fin de l'épreuve est consacrée à l'étude réflexive que le candidat développe pendant 5 minutes avant de répondre aux questions de la commission.

À l'issue des deux situations d'évaluation, la commission complète la grille d'évaluation prévue par la circulaire nationale d'organisation.

La commission d'évaluation comprend un professeur ou un formateur, en charge du bloc 3 de compétences « Relation client et animation de réseaux ».

À l'issue des situations d'évaluation, l'établissement tient à la disposition du jury et de l'autorité académique, pendant une durée d'un an, un dossier d'évaluation pour chaque candidat. Outre le dossier support de l'épreuve, ce dossier d'évaluation comprend la grille d'évaluation renseignée.

Avant le jury final, une procédure d'harmonisation est mise en place par les autorités académiques selon des modalités fixées par la circulaire nationale d'organisation.

## UF1

### ET 1 – COMMUNICATION EN LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE 2

#### I. OBJECTIFS

L'épreuve a pour but d'évaluer l'aptitude du candidat à s'exprimer à l'oral dans une langue vivante étrangère : il s'agit de vérifier la capacité du candidat à présenter un court propos organisé et prendre part à un dialogue à contenu professionnel dans la langue choisie.

Tout au long de l'épreuve, il est attendu que le candidat s'exprime dans une langue professionnellement acceptable, adopte une prononciation claire et une intonation pertinente et mobilise une gamme de langues étendues.

L'évaluation permet de positionner le candidat par rapport au niveau B1 du cadre européen commun de référence pour les langues (CEFR).

#### 2. MODALITÉS D'ÉVALUATION : Forme ponctuelle – (épreuve orale 10 minutes)

L'évaluation est conduite par un enseignant ou un formateur intervenant au STS NRRC. L'épreuve permet l'évaluation de l'expression orale en interaction et consiste en un oral d'une durée maximale de 10 minutes précédé de 30 minutes de préparation.

Le support d'évaluation remis au candidat en début de préparation est constitué par une mise en situation et un questionnement prenant appui sur un document à caractère commercial (documentation produit, page écran de site commercial, prospectus de salon, offre d'emploi, etc.).

**Situation B : Exposé et entretien relatifs aux autres expériences réseau et à l'étude réseau réflexive (25 minutes maximum)**

Au cours de cette situation, le candidat est invité par la commission à présenter brièvement les autres expériences réseau figurant dans le dossier support de l'épreuve et à répondre aux approfondissements demandés par la commission.

La fin de l'épreuve est consacrée à l'étude réseau réflexive que le candidat développe pendant 5 minutes avant de répondre aux questions de la commission.

À l'issue des deux situations d'évaluation, la commission complète la grille d'évaluation prévue par la circulaire nationale d'organisation.

**Composition de la commission d'évaluation**

La commission d'évaluation comprend un professeur ou un formateur, en charge du bloc 3 de compétences « Relation client et animation de réseaux ».

À l'issue des situations d'évaluation, l'établissement de formation tient à la disposition du jury et de l'autorité rectorale, pendant une durée d'un an, un dossier d'évaluation pour chaque candidat. Outre le dossier support de l'épreuve, ce dossier d'évaluation comprend la grille d'évaluation renseignée.

Avant le jury final, une procédure d'harmonisation est mise en place par les autorités académiques selon des modalités fixées par la circulaire nationale d'organisation.

**EF 1 –COMMUNICATION EN LANGUE VIVANTE ÉTRANGÈRE 2**

**UF1**

**1. OBJECTIFS**

L'épreuve a pour but d'évaluer l'aptitude du candidat à s'exprimer à l'oral dans une langue vivante étrangère : il s'agit de vérifier la capacité du candidat à présenter un court propos organisé et prendre part à un dialogue à contenu professionnel dans la langue choisie.

Tout au long de l'épreuve, il est attendu que le candidat s'exprime dans une langue grammaticalement acceptable, adopte une prononciation claire et une intonation pertinente et mobilise une gamme de langue étendue.

L'évaluation permet de positionner le candidat par rapport un niveau B1 du cadre européen commun de référence pour les langues (CECRL).

**2. MODALITES D'EVALUATION : Forme ponctuelle – (épreuve orale 20 minutes)**

L'évaluation est conduite par un enseignant ou un formateur intervenant en BTS NDRC.

L'épreuve permet **l'évaluation de l'expression orale en interaction** et consiste en un oral d'une durée maximale de 20 minutes, précédé de 20 minutes de préparation.

Le support d'évaluation remis au candidat en début de préparation est constitué par une mise en situation et un questionnement prenant appui sur un document à caractère commercial (documentation produit, page écran de site commercial, plaquette de salon, offre d'emploi, etc.)

## EUROPA PONE HOY FIN A LAS FRONTERAS DEL 'ECOMMERCE'... LAS COMPAÑÍAS REVISARÁN SUS PRECIOS

5 Europa pone fin a las fronteras del comercio electrónico. Hoy entra en vigor la nueva normativa contra el geobloqueo<sup>1</sup>, que supone que los ciudadanos europeos pueden ya comprar productos en cualquier *ecommerce* de la UE que quieran, con independencia de si el vendedor tiene tienda online en el país al que pertenece el cliente.

La sensación que se tiene es que la norma no va a tener mucho impacto. “No creemos que los consumidores vayan a lanzarse a hacer compras transfronterizas<sup>2</sup> porque surja este reglamento, pues hay barreras idiomáticas, de confianza... Pero, si finalmente se traduce en un comercio transfronterizo masivo, habrá un problema operativo serio para las pymes”,  
10 advierte Zimmerman, director general de Adigital, la asociación española de economía digital que agrupa a más de 500 empresas. “Imagínese que un *ecommerce* de Extremadura o Canarias empieza a recibir muchos pedidos de clientes polacos o húngaros; los problemas que se les plantea serán múltiples”.

Entre ellos apunta el tema logístico, pues aunque el reglamento no obliga al vendedor a  
15 hacer un envío fuera del país en el que tiene su *ecommerce*, sí debe dejar los pedidos donde los clientes puedan recogerlos. ¿Cuándo empiezan a activarse los 14 días que establece la ley para ello? Es evidente que todo esto puede generar muchas complicaciones a las empresas”, añade Zimmerman.

Otro tema “delicado es el de los métodos de pago, pues los comerciantes deben ofrecer a  
20 todos los ciudadanos de la UE los mismos medios que elijan para sus clientes locales (transferencia, contrarrembolso, Visa, Paypal...). “Si un *ecommerce* en España ofrece pagar con Visa a sus clientes españoles debe hacer lo mismo con los portugueses o los polacos, y esto puede traer complicaciones en el control de fraude pues los proveedores de esos medios de pago con los que trabajan los vendedores pueden tener establecidos algunos  
25 controles de riesgo por países, de tal manera que rechacen algunas tarjetas de crédito, por ejemplo. Y esto queda prohibido”, apunta Zimmermann.

<sup>1</sup> El geobloqueo : *le blocage de l'accès internet en fonction de la localisation géographique*

<sup>2</sup> Las compras transfronterizas : *les achats hors des frontières d'un pays*

Algunos expertos destacan que las empresas españolas tienen, en muchas ocasiones, una ventaja competitiva en precio que deben explotar.

30 Desde la Comisión Europea, defienden que el fin del geobloqueo permitirá que los consumidores cuenten con más posibilidades de elección en productos y precios más competitivos, mientras que las empresas tendrán la oportunidad de expandirse a otros países y disfrutar de costes de transacción y administrativos más bajos.

Es obvio que es un paso importante en la dirección para lograr un mercado único europeo. Pero puede haber un posible problema para algunas empresas (aquellas que tienen  
35 establecidos precios diferentes por países): Habrá particulares de Alemania, por ejemplo, que quieran comprar online un determinado producto, por ser más barato, al vendedor español y es ahí donde cada compañía deberá establecer sus reglas correspondientes: bien no enviar y dejarlo a disposición del cliente alemán en un punto de recogida<sup>3</sup> español o bien enviarlo a Alemania pero con un coste adicional, con lo cual se puede diluir la posible  
40 ventaja para el comprador”

También las empresas españolas tienen sus productos con una ventaja competitiva en precio frente a sus rivales europeos, y deben explotarlo. Una vía será utilizar las grandes plataformas online que operan en toda la UE (como Amazon, eBay y otros *marketplace* verticales), “que permiten llegar de una forma económica y eficiente a cientos de millones  
45 de compradores europeos. Un producto X vendido en España y en Alemania tiene más posibilidades de ser más barato en España que en Alemania, lo que atraerá sin duda el interés de un comprador alemán, que buscará siempre comprar al mejor precio posible”.

Marimar Jiménez, *Cinco Días*, 3 de diciembre de 2018

50

---

<sup>3</sup> Un punto de recogida : *un point de collecte, un lieu de ramassage*



-20% en todo otoño-invierno (excepto novedades) Código: GMCAW1212 (Un solo uso. No acumulable) [VER MUJER](#) [VER HOMBRE](#) [VER NIÑOS](#)

## MODA CASI-NUEVA

Tus marcas favoritas con descuentos de hasta el 85%

VER MUJER

VER NIÑOS

VER HOMBRE



**H&M** GOCCO POLO ZARA Deaigual MANGO

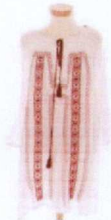
DEVOLUCIONES GRATIS/ GASTOS DE ENVIOS GRATIS PARA PEDIDOS SUPERIORES A 49 euros

Productos destacados



Trasluz

2,95€  
22,45€



Mango

11,45€



Springfield

9,95€



B10(Bass10)

15,95€



Zara

9,95€



Ativo

4,95€

**104.000**  
FAMILIAS COMPRAN  
Y VENDEN EN PERCENTIL

UN AHORRO DE MÁS DE  
**20.500.000€**  
PARA FAMILIAS




MÁS DE  
**2.500**  
NUEVAS PRENDAS  
EN LA TIENDA CADA DÍA

MÁS DE  
**65.000**  
PRENDAS EN  
CATÁLOGO

COMPRAR Y VENDER ROPA NOSOTROS

¿NECESITAS AYUDA? QUIERO RECIBIR EL BOLETÍN PERCENTIL

PAGO SEGURO VISA Mastercard PayPal

SÍGUENOS EN   

 FINANCIADA POR ERCA  
MEMBRO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

## Seconde partie de l'épreuve:

### ➤ Situation

PERCENTIL es la tienda española on line de ropa de segunda mano. Es líder en España, Francia, Alemania y Holanda. Su particularidad es proponer un producto casi nuevo con precio reducido. Usted es asesor de ventas para la empresa Percentil, encargado de proporcionar a la clientela, toda la información que precise sobre la venta a distancia.

- Identifique al cliente potencial de la empresa
- Determine los productos y distintos servicios que propone la empresa
- Valore las mayores ofertas y ventajas de Percentil