

ENSEIGNER AVEC LES OUTILS COLLABORATIFS





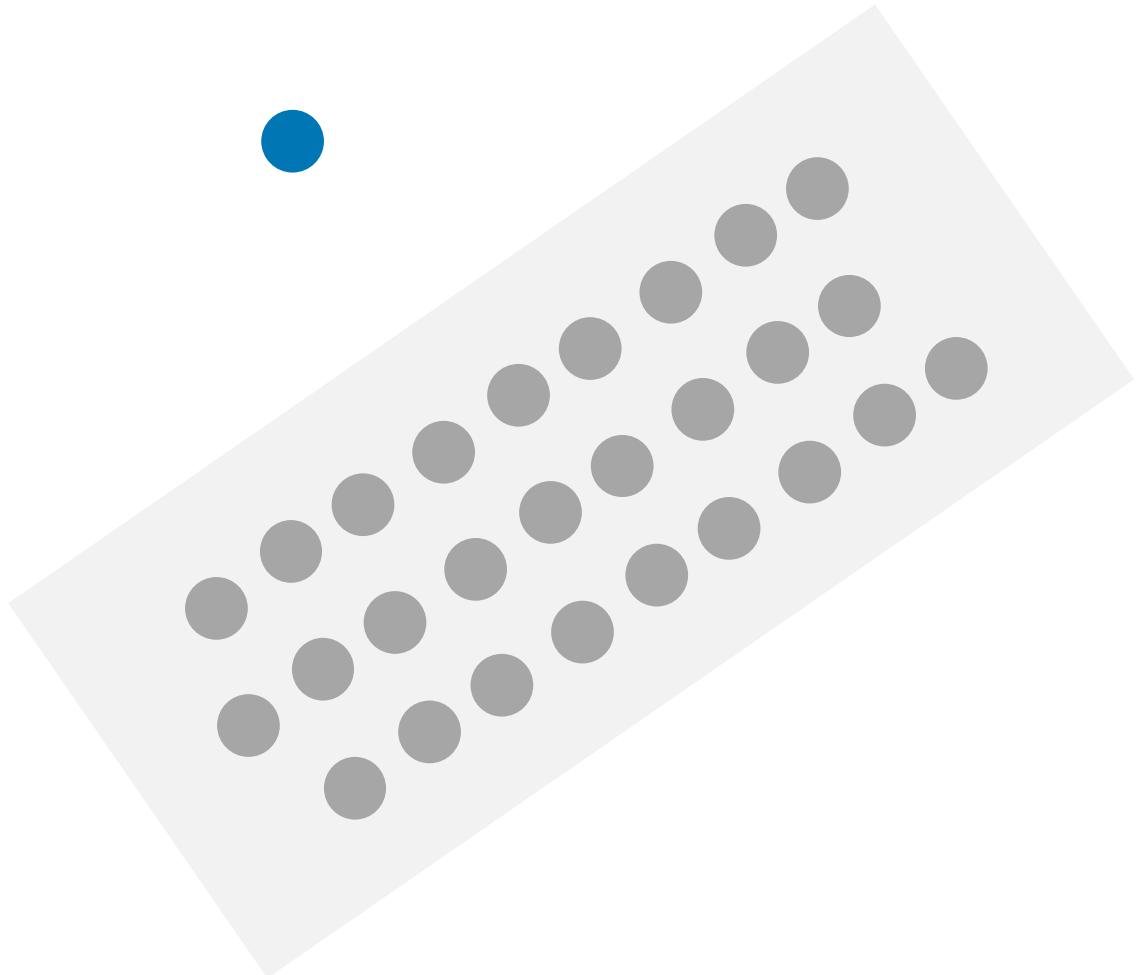
NATALIE SARRASIN

natalie.sarrasin@hevs.ch

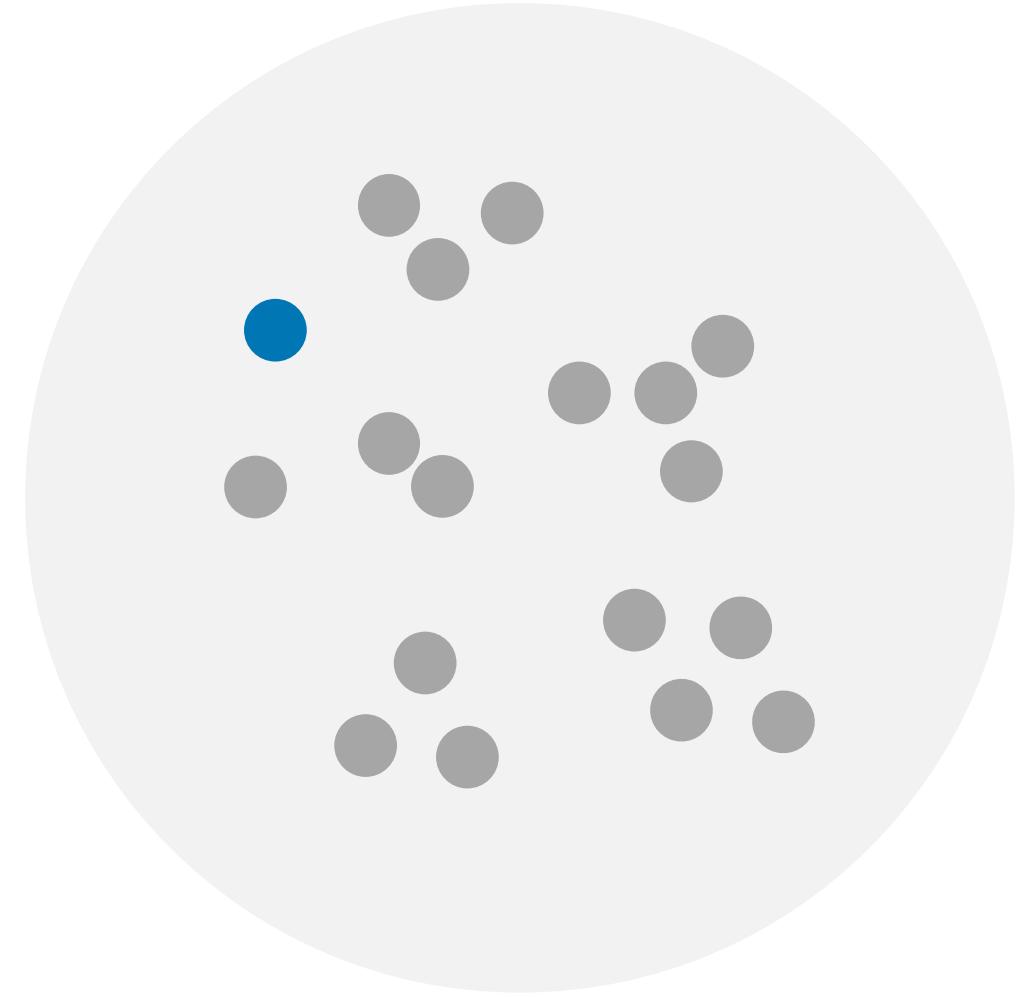
POURQUOI



Changer de posture



swissuniversities



Hes•SO



Big Data

Intelligence
artificielle

Internet des
objets

Impression 3D

Robotisation

Nanotechnologie

Réalité
augmentée



Un
«Tsunami»
Klaus Schwab

**COMPÉTENCES NUMÉRIQUES
DE NOS ÉTUDIANTS**

VS
ATTENTES DU MARCHÉ



COMMENT



Votre environnement de travail
Zéro Papier

1 OBJECTIF PÉDAGOGIQUE

Recherche d'information

Autonomie de l'étudiant

Apprentissage collaboratif

2 SCÉNARIO PÉDAGOGIQUE

3 RECHERCHE D'UN OUTIL

Avantage(s)

Inconvénient(s)

L'outil n'est rien...

**Pour réussir l'utilisation
du web 2.0 dans un cours,
l'outil n'est pas important,
c'est bien la démarche
pédagogique qui prime.**



?



L'outil du McGyver de l'éducation



PRATIQUES
ENSEIGNANTES

PROCESSUS
D'APPRENTISSAGE

INTERACTIONS
ETUDIANTS-ENSEIGNANT

INTERACTIONS
ETUDIANTS-ETUDIANTS

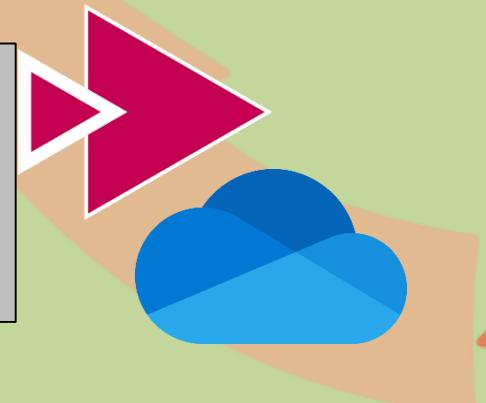


Cyberlearn
Hes-so - CENTRE E-LEARNING

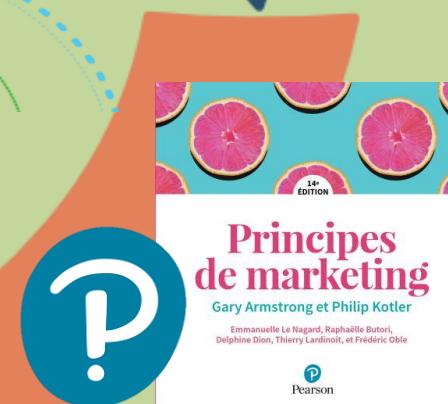
LMS-ENA
officiel
de l'école



Espace de
stockage
partagé



Logiciels de
«bureautique»
fournis par l'école



Livre de référence
avec site compagnon

**ECHANGER
COMMUNIQUER**

AVANT le cours...

- L'étudiant crée une infographie et la poste sur le réseau choisi.
- Les étudiants de la classe lui font des commentaires **constructifs** qui lui permettent de l'améliorer.

Discussion 11 sem.

Hello, voici notre infographie sur le MacroEnvironnement.
Merci d'avance pour vos généreux feedbacks et à vendredi !

Macro-Environnement

Variables externes qui affectent l'activité de l'entreprise

The diagram illustrates the macro-environment as a complex of external variables that influence a company's activity. It is represented by three concentric circles: the innermost circle is teal (labeled 'Microenvironnement'), the middle circle is orange (labeled 'Macroenvironnement'), and the outermost circle is dark blue (labeled 'Stratégie'). Below the circles is a legend: 'Microenvironnement' (teal), 'Macroenvironnement' (orange), and 'Stratégie' (dark blue). To the right, a red arrow points from the macro-environment circle to a vertical bar chart. This chart contains eight bars of increasing height, color-coded from light orange at the bottom to dark orange at the top. Below the chart is another legend: 'Démographique' (light orange), 'Economique' (orange), 'Technologique' (dark orange), 'Politique & Legal' (yellow), 'Ecologique' (light green), 'Socioculturel' (green), 'Institutionnel' (blue), and 'Culturel' (purple). Arrows point from these labels to specific bars. At the bottom, a downward arrow points to a SWOT matrix. The matrix has four quadrants: 'Forces' (top-left, orange thumbs-up icon), 'Faiblesses' (bottom-left, orange tree icon), 'Opportunités' (bottom-right, yellow sun icon), and 'Menaces' (top-right, green cloud icon). A double-headed arrow connects the 'Forces' and 'Faiblesses' quadrants, and another double-headed arrow connects the 'Opportunités' and 'Menaces' quadrants. The entire diagram is labeled 'CAS BGE 2016 - T. De La Harpe - L. Jaquierod - F. Pinto' at the bottom.

+1 2 6

Like: Belle infographie !

PENDANT le cours...

- La nouvelle infographie est présentée.
- Le travail est évalué par l'enseignant.

Discussion 11 sem.

Hello, voici notre infographie sur le MacroEnvironnement.
Merci d'avance pour vos généreux feedbacks et à vendredi !

Macro-Environnement

Variables externes qui affectent l'activité de l'entreprise

The diagram illustrates the macro-environment as a complex of external factors that influence a company's activity. It is divided into three concentric layers: Strategic (innermost), Micro-environment (middle), and Macro-environment (outermost). The macro-environment layer is further broken down into eight specific factors: Demographique, Economique, Technologique, Politique & Legal, Ecologique, and Sociale. These factors are mapped onto a SWOT matrix, where they intersect with internal company strengths and weaknesses, and external opportunities and threats.

Legend for the concentric circles:

- Strategic (Dark Blue)
- Micro-environment (Teal)
- Macro-environment (Orange)

Legend for the factors:

- Démographique (Dark Orange)
- Economique (Orange)
- Technologique (Red)
- Politique & Legal (Yellow)
- Ecologique (Light Green)
- Sociale (Light Orange)

Legend for the SWOT matrix:

- Forces (Strengths)
- Faiblesses (Weaknesses)
- Opportunités (Opportunities)
- Menaces (Threats)

CAS SGE 2016 - T. De La Harpe - L. Jaquierod - F. Pinto

+1 2 6

Like: [User] : Belle infographie !

APRES le cours...

- Les échanges continuent.
- Les étudiants peuvent utiliser les infographies pour illustrer ou structurer la théorie du cours.

Discussion 12 sem.

Le cours de lundi m'a fait repenser à une petite présentation, il y a environ une année, de notre directeur des opérations au boulo sur l'organisation du travail justement. Il avait utilisé la vidéo du commandant de la Navy Américaine, David Marquet, qui avait 6 mois devant lui pour faire fonctionner un sous-marin et son équipage pour lequel il n'avait pas la formation spécifique.
Le message était : Donner le contrôle et la prise de décisions aux personnes qui possèdent l'information...
On aurait pu aussi interpréter le message de manière suivante :

+1 4 3

LES RETOURS

EVALUATIONS D'ETUDIANTS

J'ai particulièrement apprécié :

«...les échanges et les partages entre les membres de la classe sur Google+ ».

« ...l'idée d'effectuer les recherches par nous-mêmes avant de nous fournir les explications théoriques.



COLLABORER COCREER



403 Cas Snapchat



Fichier Édition Affichage Insertion

G1 prénoms des étudiants

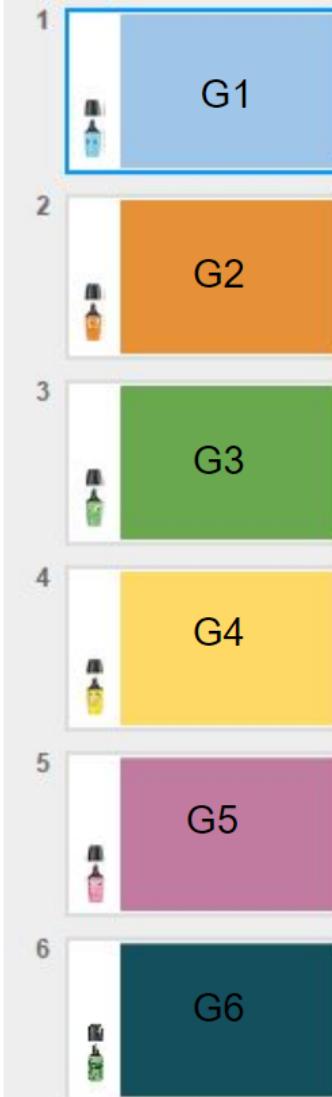
G2 Jeanne, Sarah, Aleksandra & Noemi

G3 prénoms des étudiants

G4 Marisa, Alona & Estelle, Irvin

G5 prénoms des étudiants

G6 Jonathan, Michäel, Pierre, Bastien



ECONOMIQUE

- date de création
- CA, bénéfices, invest.

MARKETING - CIBLE

- #users, #snaps, ...
- pays, âge, ...
- place parmi les réseaux

UTILISATION

- couleurs, formes
- stickers, story
- fonctionnement gén.

BRANDING

- motivations à poster
- exemples de marques qui l'utilise

SPECTACLES

- usages
- distribution
- forces/faiblesses

GEOFILTERS

- usages
- exemples
- comment l'utiliser

4
0
3

1

Backlink / Netlinking

2

Liens follow / no follow

3

Long tail, marque, générique

4

Page rank / Ranking

5

**Crawling
(sitemap + robot)**

6

**Texte ALT
Landing page**

7

Rich snippets

8

**Meta données
indexing keywords**

TRAVELISE

SWISSDECODE

VALEZY

FVS Group

GM - ORIF

SCUBASHOP

CANAL9

GARAGE DES 2 COLLINES

1

TRAVELISE

Backlink / Netlinking

2

VALEZY

3

GARAGE DES 2 COLLINES

4

Page

GM - ORIF

5

SCUBASHOP

6

FVS Group

7

Rich snippets

SWISSDECODE

8

**Meta données
indexing keywords**

CANAL9



[26.09.2019] Semaine A2

mercredi, 25 septembre 2019 21:05

[19.09.2019] Page...

[26.09.2019] Sema...

[03.10.2019] Sema...

[10.10.2019] Sema...

Formez RAPIDEMENT un groupe de 4 personnes et indiquez les noms de chacun sous le nom du groupe formé.

DCJ

- 1) **Créer de la valeur pour les client et établir une relation avec eux**
A)Comprendre le marché ainsi que les besoins et les désirs des clients.
B)Concevoir une stratégie marketing orientée vers le client
C)Élaborer un programme marketing permet d'offrir une valeur supérieure
D)Bâtir des relations rentables et assurer la satisfaction des clients
Capter la valeur produite en retour par les clients
E)Capter la valeur créée par les clients et générer des bénéfices et développer le capital client
- 2) La valeur attire les clients et la satisfaction permet aux client de renouveler le même choix et d'en informer les autres.
- 3) A)l'optique production : les consommateurs vont acheter des produits bon marchés et disponibles.
B)L'optique produit : les consommateurs préfèrent les produits qui offrent la meilleure qualité de celui-ci.
C)L'optique vente : Les consommateurs n'achètent que si l'on a engagé un effort de promotion suffisant.
D)L'optique marketing : le succès dépend de la connaissance des besoins et des désirs des marchés ainsi que de la capacité à apporter plus de satisfaction que les concurrents

KD

DPJ

KD

DPJ

KD

KD



Ajouter une p...

CONCLUSION

An aerial photograph of a winding asphalt road through a dense green forest on a hillside. The road curves back and forth, creating a series of S-shapes. In the upper left corner, a bridge spans a wide, brown river or reservoir. Several cars are visible on the road, particularly on the right side where it descends. The surrounding terrain is rugged and covered in lush vegetation.

Maintenez
le cap !

Crédit photo @I_borella