

Module 04 | Mise en œuvre de projets

Nom du module :	Mise en œuvre de projets
Âge ou niveau scolaire :	Secondaire 2 (groupe d'âge mixte)
Cours :	Carrière et développement communautaire
Niveau :	Cours d'introduction
Durée :	12 semaines

Message à l'enseignant ou à l'enseignante :

Dans le cadre de ce module, les élèves exploreront leurs habiletés personnelles et leur sens de l'initiative et tisseront des liens avec leurs camarades de classe et les membres de leur communauté. Voici la boîte à outils du Module 4, destinée à vous appuyer. Elle se décline en différentes sections :

- Objectif
- Compétences, indicateurs, habiletés et concepts
- Survol du module
- Mise en contexte
- Évaluation
- Résultats escomptés pour le module
- Ressources
- Ateliers et leçons

Objectif

L'objectif du Module 4 : Mise en œuvre de projets est d'amener les élèves à planifier, à mettre en œuvre et à mener à bien leur projet au sein de la communauté. Les élèves exploreront des concepts associés au marketing et s'outilleront afin de communiquer et de tisser des liens avec leur public cible pendant la réalisation des projets. C'est le module qui vous prendra le plus de temps. Amusez-vous et lancez vos projets!

Emploi du temps

La notion du temps est relative. Vous pouvez ajuster le temps recommandé pour chacune des activités et des évaluations en fonction de la taille et de la dynamique de votre groupe. Laissez de la place à la flexibilité et à des moments d'apprentissage spontanés. Chacun des modules est conçu de manière à ce que les apprentissages puissent se concrétiser dans des situations réelles.

Il est aussi possible de diviser le cours selon le calendrier suivant :

Module 1 – 15 août au 15 septembre

Module 2 – 16 septembre au 16 octobre

Module 3 – 16 octobre à novembre

Module 4 – décembre au 15 avril

Module 5 – 15 avril au 15 mai

Activité de clôture : déployez vos connaissances – fin mai

Compétences

- Mettre en œuvre un projet à l'aide de ressources
- Communiquer et tisser des liens avec le public cible à l'aide d'outils de marketing et de vente.

Indicateurs

- Les élèves se serviront des outils de planification qu'ils ont trouvés ou créés pour réaliser leur projet.
- Les élèves décriront la segmentation de la clientèle, les canaux de marketing et les techniques de marketing.
- Les élèves reconnaîtront le profil d'un marché et d'un public cible.
- Les élèves créeront une stratégie de communication.

Habilités essentielles



Concepts

Marketing

Survol du module

Dans le **Module 4 : Mise en œuvre de projets**, les élèves mettront en œuvre et mèneront à bien leur projet communautaire, en se servant des ressources à leur disposition pour atteindre leurs objectifs. Au cours de ce processus, ils exploreront des notions d'affaires qui les aideront à mieux réaliser leur projet, à nouer des liens avec leur public et à multiplier les répercussions de leur projet.

Une bonne compréhension du public cible sera essentielle au déploiement d'une stratégie de mise en œuvre efficace. Comment irons-nous à la rencontre de notre public? Comment pouvons-nous communiquer la valeur de notre projet communautaire à notre public? Comment pouvons-nous élargir notre clientèle? Comment pouvons-nous faire appel à notre créativité et à nos habiletés pour aller à la rencontre de notre public de façon originale et efficace?

D'ici la fin du Module 4, l'élève devrait avoir utilisé des techniques de marketing pour une mise en œuvre efficace de son projet communautaire.

Grandes questions

Comment pouvons-nous tenir notre promesse?

Citation inspirante

À afficher dans la classe

« Nous devons cesser de dire que les choses étaient ainsi autrefois; nous devons parler de ce qui se passe en ce moment et continuer d'avancer. »

- Jeeka Kudluk, aîné de Kangirsuk

Mise en contexte

Marketing

Le **marketing** est le processus servant à communiquer la valeur du produit ou des services et à tisser des liens avec les clients. Le marketing recouvre de nombreuses activités et fait partie de presque tous les aspects de l'exploitation d'une entreprise.

Le marketing vous permet de :

- Connaître vos clients
- Communiquer avec vos clients
- Commercialiser votre produit.

Le secret du marketing, c'est de trouver des façons de communiquer de façon efficace avec les personnes que cible votre entreprise ou votre projet. Les habiletés en marketing sont des habiletés de communication pratiques qui permettront aux élèves d'adapter leur communication à la personne ciblée, en fonction de ses attributs, de ses caractéristiques et de ses comportements particuliers. Grâce à cette section, les élèves apprennent aussi des techniques de communication créative qui les aideront à élargir leur public et à mener à bien leur projet communautaire de façon efficace.

Connaître ses clients

Le marketing commence par la connaissance de vos clients. La première étape consiste à répartir vos clients dans des groupes qui les représentent. Vous formerez ainsi des **segments de clientèle**. Un **segment de clientèle** est un groupe de personnes qui ont en commun certaines caractéristiques et auprès desquels on peut employer les mêmes techniques de marketing.

Les différents segments de clientèle communiquent entre eux. Si vous avez du succès auprès d'un segment, les clients de ce groupe feront la promotion pour vous! Vous devez toutefois savoir parler la

langue du groupe en question afin de connaître ses besoins. La segmentation de marché vous aide à apprendre la langue que parle un segment afin de pouvoir personnaliser votre message.

Communiquer avec votre clientèle

Les élèves découvriront des stratégies de marketing et des outils numériques leur permettant de mieux communiquer leur message. Chacun des publics ciblés par leur entreprise devrait avoir son propre **canal de marketing**, celui qui est le plus efficace pour s'adresser à lui. Par exemple, il est sans doute plus facile de s'adresser à des adolescents au moyen d'une publicité sur Instagram, mais il vaut sûrement mieux privilégier la radio ou les journaux s'il s'agit de clients plus âgés.

Les canaux sont un aspect important du marketing. Les **canaux de marketing** désignent les différentes façons dont vous pouvez communiquer un message à vos clients. Que ce soit Facebook, la radio, le courriel ou encore le bouche-à-oreille, les canaux sont les moyens par lesquels les clients connaissent l'existence de votre entreprise et en entendent parler. Consultez la page 167 du Guide de l'élève pour en savoir plus sur les différents types de canaux de marketing.

La combinaison marketing

La **combinaison marketing (Les 4P – en anglais)** est un moyen de mettre en œuvre votre stratégie et vos objectifs de marketing. Elle se fonde sur les quatre éléments essentiels d'une stratégie de marketing :

- Le produit
- La distribution
- Le prix
- La promotion.

La combinaison marketing rassemble tous les éléments de votre stratégie de marketing et vous aide à élaborer un plan d'action. Pour en savoir plus sur la combinaison marketing, regardez cette vidéo (en anglais) : <https://www.youtube.com/watch?v=Mco8vBAwOmA>

Consultez la section sur le marketing aux pages 155 à 178 du Guide de l'élève pour en savoir plus sur le marketing.

Création de logos, d'affiches et d'éléments visuels

Il existe de nombreux outils en ligne gratuits qui peuvent aider les élèves à créer des logos accrocheurs et professionnels et des éléments de marketing comme des affiches et du contenu pour les médias sociaux. Nous vous encourageons à explorer les ressources suivantes (en anglais) :

Outils pour la création en ligne de logos, d'affiches et d'éléments visuels :

- Squarespace Logo Maker (logo.squarespace.com)
- Canva (www.canva.com) – Assurez-vous de sélectionner la fonction logo
- Graphic Sprints (<https://www.graphicsprings.com>)
- Appli Hatchful (<https://hatchful.shopify.com>)
- PicMonkey (<https://www.picmonkey.com>)
- Fotojet (<https://www.fotojet.com>)
- Fotor (<http://www.fotor.com>)
- Gravit (<https://gravit.io>)

Sites à consulter pour trouver des images sans droits d'auteur de bonne qualité :

- www.unsplash.com
- www.unsplash.com
- <http://albumarium.com>
- <https://picjumbo.com>
- <http://www.gratisography.com>
- <http://startupstockphotos.com>
- <http://deathtothestockphoto.com>

Le processus de gestion de projets

Au moment où les élèves découvrent la stratégie de marketing et le plan de mise en œuvre, il serait utile de leur enseigner le processus de gestion de projets.

Dès que les élèves apprennent à parcelliser les tâches et à mesurer leurs progrès, ils commencent à envisager leur travail de façon différente. Cette façon de faire devient éventuellement une habileté transférable qui leur sera utile toute leur vie. Il vous faut des échéances! Servez-vous d'un tableau mural pour suivre les progrès des élèves et rappelez-leur souvent les tâches qui doivent être accomplies. Fixez des échéances précises pour toute la classe. À la longue, les élèves apprendront comment gérer leur projet en toute autonomie. La gestion de projets est une habileté qui s'améliore au fil du temps.

La gestion de projets aide les élèves à améliorer leurs habiletés en matière d'administration, car ils s'entraînent à la visualisation, à l'anticipation et à l'analyse de tâche. La gestion de projets, c'est bien plus que le simple établissement d'un calendrier : c'est la notion de suivre les étapes d'un plan et d'accomplir ses tâches même quand personne ne vous surveille. Les entrepreneurs surnomment souvent cette partie le *grind*, un terme anglais qui évoque le travail acharné. Toutefois, c'est aussi grâce à la gestion de projets qu'on a la chance de voir des résultats et d'atteindre ses objectifs. En collaboration créative, c'est la gestion de projets qui constitue le véritable travail.

Les quatre volets de la gestion de projets

En effectuant une petite recherche en ligne, on trouve une foule de modèles, d'applications et de programmes de gestion de projets. Les cadres et les programmes varient, mais l'important, c'est que les élèves participent au processus de gestion de projets. Voici les quatre principaux volets de la gestion de projet :

1. Fixer des objectifs et mesurer les progrès

La gestion de projets commence par une prise de conscience de ce qu'on fait, d'où on se dirige et de la prochaine chose qu'on compte faire. Les élèves qui en sont conscients comprennent non seulement ce qu'ils sont en train de faire, mais aussi pourquoi ils le font. Ce sentiment d'avoir un but précis les aidera à fixer des objectifs.

Comprenant très bien ce qu'ils font et où ils se dirigent, les élèves commencent à fixer des objectifs. Il peut s'agir d'objectifs d'apprentissage ou d'objectifs de projet. Les élèves doivent aussi mesurer où ils en sont dans la réalisation de leurs objectifs. En mesurant leurs progrès, ils arrivent à déterminer ce qu'ils doivent faire pour s'améliorer. Ce premier volet est mis en œuvre au début de l'exécution du projet, et il se poursuit pendant les mois qui suivent.

2. Parcelliser les tâches et fixer des échéances

La gestion de projets implique de prendre une tâche et de la diviser en sous-tâches, puis en échéances. Les élèves doivent réfléchir de façon réaliste à leurs besoins en matière de temps, de ressources et d'actions concrètes. Il s'agit d'un aspect essentiel de la gestion de projets. Les élèves doivent voir la situation dans son ensemble, de même que les détails et la relation complexe entre les deux. Il arrive souvent que les enseignants fixent des échéances externes pour les diverses étapes d'un projet. Or, ce faisant, ils risquent de passer à côté d'une habileté essentielle, soit la gestion de projets. Une fois que les élèves arrivent à parcelliser des tâches et à fixer des échéances réalistes, ils sont en mesure de concrétiser une idée de projet.

3. Choisir et déployer les stratégies

La gestion de projets suppose aussi de choisir des stratégies précises en fonction des tâches. Les groupes autonomes peuvent déterminer les stratégies à adopter pour accomplir leurs tâches. Ils peuvent choisir les ressources et le matériel dont ils ont besoin tout en sélectionnant les processus qui leur conviennent le mieux. Il peut aussi leur être utile d'avoir recours à des fiches ou à un tableau pendant leurs recherches. Ils peuvent aussi faire le suivi de leurs tâches dans un document ou un calendrier partagé. Ainsi, au lieu d'adopter des stratégies parce que leur enseignant leur a dit de le faire, les élèves choisissent des stratégies parce qu'elles les aident à réaliser leurs objectifs.

4. Observer, s'ajuster et résoudre les problèmes

Les tâches et les échéances sont des éléments incontournables de la gestion de projets, mais les choses ne se passent pas toujours selon les plans. Même si les élèves ont conçu les meilleurs plans qui soient, des imprévus peuvent survenir. Impossible de se connecter à Internet pendant toute une journée. Un membre du groupe est malade pendant deux jours. Il y a un exercice d'incendie, puis une assemblée non planifiée. Quelques élèves ont le syndrome de la page blanche et n'arrivent plus à avancer. C'est dans ces situations que les élèves devront résoudre les problèmes au fur et à mesure. Il y aura des bris. Il y aura des changements de plans. C'est le côté frustrant de l'apprentissage axé sur l'élève. C'est un processus plus désordonné qu'une feuille d'exercice toute propre. Mais, quand les élèves relèvent des défis de ce type, ils deviennent des personnes aptes à la résolution de problèmes et à la pensée critique. Ils sont capables de mesurer leurs progrès et d'adapter leur approche au fil du temps.

Consultez la section sur les activités aux pages 192 à 206 du Guide de l'élève pour en savoir plus sur la gestion et la mise en œuvre de projet.

Stratégie globale

Les élèves seront en mesure :

- d'expliquer les attentes et les apprentissages des modules du cours de CDC
- de se servir des diverses plateformes numériques et en ligne pour communiquer leurs apprentissages
- de déterminer et de respecter des critères d'habiletés essentielles personnalisés.

Processus

Les élèves prendront les commandes du projet, mais il revient à l'enseignant de gérer le processus et de définir un cadre d'attentes en matière de communication et d'évaluation. Avant de sélectionner un projet, les élèves doivent bien comprendre ce que l'on attend d'eux sur le plan du développement des habiletés et des résultats. Ils doivent aussi savoir quels véhicule ou média ils emploieront pour mettre en pratique leurs apprentissages, y réfléchir et les communiquer.

Communication

Explorez les éléments suivants avec vos élèves :

- Google Drive et Google Classroom – pour partager des documents et des liens, envoyer des rappels et autres notifications, et attribuer des tâches aux membres du groupe
- Outils numériques – appareils photo, appareils vidéo, ordinateurs portables, cartes SD, etc.
- Workplace – pour la messagerie instantanée et le partage de documents avec les écoles de KI
- Wordpress ou Medium – pour une communication avec la communauté à plus grande échelle (internationale) www.wordpress.com ou medium.com

Résultats escomptés pour le cours de CDC

Les résultats escomptés varient en fonction du groupe d'âge ou du type de programme. Toutefois, la participation de l'élève est systématiquement évaluée à partir de ses réflexions et de la rétroaction de l'enseignant tout au long du cours.

Les élèves du secondaire devront remettre :

- Une description de leur objectif personnel et une auto-évaluation de leur développement en matière d'habiletés essentielles
- Une réflexion multimédia par module (5 au total)
- Une réflexion finale à propos de leur parcours d'apprentissage : ce qu'ils ont appris, comment ils se sont développés, les difficultés rencontrées, les étapes suivantes, ainsi qu'une autoévaluation.

Devoirs de réflexion multimédia

Ces devoirs doivent être faits tout au long du cours. Ils visent à faire réfléchir l'élève à son expérience dans le cadre du cours de CDC. Les élèves peuvent décider quand et comment ils font les devoirs.

À moins d'indication contraire, ceux-ci sont rendus dans un format permettant de les rendre publics dans Workplace. Voici quelques possibilités :

- Réflexion écrite (500 à 700 mots)
- Album photo (10 à 20 photos qui racontent une histoire)
- Balado (5 à 10 minutes)
- Vidéoblogue (2 à 4 minutes)
- Document infographique

Remarques :

- Les élèves peuvent choisir de faire les devoirs de la même façon chaque fois, mais il faut les inviter à varier les formats.
- Les élèves peuvent travailler seuls, en équipe de deux ou en groupe.
- Les élèves peuvent proposer d'autres modes de présentation, mais ils doivent d'abord en discuter avec l'enseignant.
- Les élèves doivent s'inscrire à l'avance dans un document Google partagé afin que les expériences soient diversifiées.

Résultats escomptés pour le Module 4

Planification de projet
Canaux de médias sociaux
Auto-réflexion

Outils de rétroaction et de collecte de données témoignant du succès

Carnets d'élève
Entretiens en tête à tête
Grilles de rétroaction et d'autoévaluation
Rubriques

Ressources recommandées

4.1 La gestion de projets

Quel est notre plan d'action?

Plan d'action et établissement d'objectifs

60 minutes

4.2 Le marketing

Comment peut-on inciter plus de gens à participer à notre projet?

Mettre au point une stratégie de marketing

70 minutes

4.3 Les médias sociaux

Comment fait-on appel aux médias sociaux pour commercialiser le projet communautaire?

Mettre au point une stratégie pour les médias sociaux

70 minutes

4.4 L'évaluation et la réflexion

Votre projet a-t-il eu des répercussions sur la communauté?

Réflexion sur les habiletés essentielles

50 minutes

4.1 La gestion de projets

Les élèves mettent au point un plan d'action détaillé qui comprend des tâches principales et des échéances pour la mise en œuvre de leur projet d'entreprise.

Questions d'orientation

Quel est notre plan d'action?

Résultats visés

Pensée novatrice, entrepreneuriale et créative

Autonomie

Collaboration

Échéancier et plan d'action géants

Vocabulaire

Objectifs
Tâches
Responsabilités
Échéancier
Ressources

Déroulement

Mise en train – 10 minutes
Plan d'action et établissement d'objectifs – 40 minutes pour commencer, puis de façon permanente
Bilan – 10 minutes

Mise en train

Créez une activité de mise en train d'esprit communautaire adaptée aux besoins de votre groupe :

- *Warm Ups in Design Thinking* – essayez le jeu des mains néerlandais (*Dutch Clapping Game*) <https://uxdesign.cc/warm-ups-in-design-thinking-more-than-just-a-game-7f755fcc8497>(en anglais)
- *Partners for Youth Empowerment* – essayez le jeu Zip Zap Boing ou le cercle des mains (*Clapping Circle*) <http://www.partnersforyouth.org/category/activities/> (en anglais)
- *IceBreakers and Team Builders* – essayez l'activité de présentation du portefeuille (*Wallet Introduction*) ou le nœud humain (*Human Knot*)
- Jeux traditionnels inuits – au choix <http://www.athropolis.com/news-upload/11-data/index.htm> (en anglais)

Activité expérientielle : Plan d'action et établissement d'objectifs

Les élèves mettront au point un plan d'action pour encadrer la mise en œuvre de leur projet communautaire. Dans le cadre de cette leçon, ils mettront en pratique leurs habiletés de collaboration et d'autonomie.

Les élèves doivent d'abord définir des objectifs et des résultats escomptés pour le projet. Ils peuvent ensuite les parcelliser en tâches réalisables. Puis, ils se divisent les tâches et fixent des échéances. Voici un modèle à titre d'exemple :

Objectif/résultat	Mesures à prendre	Date	Responsabilité	Ressources requises
Réserver la salle communautaire	Appeler Hamlet	03/05	Stephen	Téléphone

Voici quelques tâches importantes à inclure :

1. Trouver des ressources
2. Rassembler des documents médias et des images du projet en pleine action
3. Poser des questions aux gens et consigner les commentaires.

Les enseignants doivent déterminer un cadre de planification qui convient aux besoins du projet communautaire et que les élèves pourront remplir. Le plan d'action peut être affiché en grand format au mur de la classe et tenir lieu d'échéancier! Incluez le module « Déployez vos connaissances » à la fin du cours.

Bilan et réflexion

1. Quoi? Quel est votre plan? Revoyez-le ainsi que les responsabilités individuelles et collectives de tous les élèves.

2. Et alors? Pourquoi la planification est-elle importante pour mener à bien votre projet? Quelles sont quelques-unes des considérations et des limites dont il faut tenir compte dans la planification? Qu'est-ce qui peut contribuer à l'échec ou à la réussite du plan? Comment les élèves doivent-ils s'adapter afin de collaborer et d'exécuter le plan?

3. Et maintenant? Comment faudra-t-il modifier le plan pour l'adapter aux besoins du projet?

Étapes suivantes

Au cours des prochains mois, les élèves continueront de se reporter au plan afin de réaliser le projet communautaire. Ils pourront préciser les résultats visés et faire les ajustements nécessaires à mesure que la communauté s'investit dans le projet.

4.2 Le marketing

Questions d'orientation

Comment peut-on inciter plus de gens à participer à notre projet?

Résultats visés

Pensée novatrice, entrepreneuriale et créative
Autonomie
Collaboration
Plan de marketing

Vocabulaire

Marketing

Déroulement

Mise en train – 10 minutes

Mettre au point une stratégie de marketing – 50 minutes

Bilan – 10 minutes

Mise en train

Créez une activité de mise en train d'esprit communautaire adaptée aux besoins de votre groupe :

- *Warm Ups in Design Thinking* – essayez le jeu des mains néerlandais (*Dutch Clapping Game*) <https://uxdesign.cc/warm-ups-in-design-thinking-more-than-just-a-game-7f755fcc8497>(en anglais)
- *Partners for Youth Empowerment* – essayez le jeu Zip Zap Boing ou le cercle des mains (*Clapping Circle*) <http://www.partnersforyouth.org/category/activities/> (en anglais)
- *IceBreakers and Team Builders* – essayez l'activité de présentation du portefeuille (*Wallet Introduction*) ou le nœud humain (*Human Knot*)
- Jeux traditionnels inuits – au choix <http://www.athropolis.com/news-upload/11-data/index.htm> (en anglais)

Activité expérientielle : Mettre au point une stratégie de marketing

Les élèves comprendront ce qu'est une stratégie de marketing et en mettront une au point pour leur projet d'entreprise. D'abord, ils apprendront comment déployer les quatre principaux éléments de la combinaison marketing (Les 4P – en anglais). Pour ce faire, ils apprendront à promouvoir ce que propose leur projet, à découvrir leur public, à trouver une cause commune, à devenir des spécialistes de leur sujet et à créer des outils de promotion pour leur projet. À sujet, vous pouvez vous reporter à votre guide.

1. Servez-vous de [l'atelier sur le marketing](#) pour orienter la leçon.
2. Vous pouvez diviser la classe en groupes de deux ou de trois élèves afin de créer et d'enrichir le plan en tenant compte des divers aspects du marketing.
3. Demandez aux élèves de présenter leurs idées de marketing pour le projet.
4. Peaufinez et exécutez votre plan.

Bilan et réflexion

1. Quoi? Qu'est-ce que le marketing?

2. Et alors? Comment commercialiserez-vous votre projet communautaire?

3. Et maintenant? Si vous deviez répéter l'activité, que feriez-vous de la même façon? Et que feriez-vous différemment?

Étapes suivantes

Mettre au point une stratégie pour les médias sociaux.

4.3 Mettre au point une stratégie pour les médias sociaux

Questions d'orientation

Comment utilise-t-on les médias sociaux pour promouvoir et faire connaître un projet communautaire auprès d'un public?

Résultats visés

Pensée novatrice, entrepreneuriale et créative
Autonomie
Collaboration
Canaux de médias sociaux

Vocabulaire

Médias sociaux
Portée
Twitter
Facebook
Snapchat
Instagram

Déroulement

Mise en train – 10 minutes
Activité – 50 minutes
Bilan – 10 minutes

Mise en train

Créez une activité de mise en train d'esprit communautaire adaptée aux besoins de votre groupe :

- *Warm Ups in Design Thinking* – essayez le jeu des mains néerlandais (*Dutch Clapping Game*) <https://uxdesign.cc/warm-ups-in-design-thinking-more-than-just-a-game-7f755fcc8497>(en anglais)

- *Partners for Youth Empowerment* – essayez le jeu Zip Zap Boing ou le cercle des mains (*Clapping Circle*) <http://www.partnersforyouth.org/category/activities/> (en anglais)
- *IceBreakers and Team Builders* – essayez l'activité de présentation du portefeuille (*Wallet Introduction*) ou le nœud humain (*Human Knot*)
- Jeux traditionnels inuits – au choix <http://www.athropolis.com/news-upload/11-data/index.htm> (en anglais)

Activité expérientielle : Établir une présence sur les médias sociaux

Les élèves comprendront ce qu'est une stratégie de médias sociaux et en mettront une au point pour leur projet communautaire. D'abord, ils apprendront ce que sont les tendances, les plateformes, la constitution d'un groupe d'abonnés, les pratiques exemplaires et la création d'une stratégie.

1. Servez-vous de la [présentation PPT de l'atelier sur les médias sociaux](#) pour orienter la leçon.
2. Divisez la classe en groupes de deux ou trois élèves. Chacun des groupes se penche sur un type de médias sociaux différent et en discute.
3. Demandez aux élèves de présenter leur plateforme de médias sociaux à la classe. Ils discuteront des avantages et des inconvénients et se demanderont si elle est appropriée pour le volet marketing de leur projet.
4. Demandez à toute la classe de voter pour choisir une plateforme de médias sociaux. Établissez un plan et mettez au point une stratégie pour vous servir de cette plateforme afin de vous adresser à un plus grand nombre de personnes que vous pourrez informer des activités et des réussites du projet (la notoriété de la marque). Ajoutez une plateforme supplémentaire dans les semaines qui suivent.

Bilan et réflexion

1. **Quoi?** Que sont les médias sociaux?
2. **Et alors?** Comment les médias sociaux peuvent-ils contribuer à un projet communautaire? De quelles considérations éthiques doit-on tenir compte quand on se sert de cette plateforme pour faire circuler un message?
3. **Et maintenant?** Comment mènerez-vous votre campagne de médias sociaux? Que ferez-vous?

Étapes suivantes

Rassemblez des médias, des vidéos et des histoires pour votre présentation finale.

4.4 L'évaluation et la réflexion

Les élèves créeront une présentation multimédia à propos de leur expérience du Module 4 à partir de toutes les images et des notes qu'ils ont réunies lors des activités des semaines précédentes. Il s'agit d'un projet en continu qui s'inscrit dans le grand projet. Des équipes sont affectées à chacun des résultats visés en matière de médias.

Il existe de nombreuses façons d'aborder la narration numérique. Voici des exemples de résultats visés pour ce cours :

- Film de 5 minutes
- Blogue comptant 5 publications de réflexion
- Activité d'information pour la communauté

Établissez à l'intention de vos élèves les **critères particuliers de réussite** en ce qui concerne les aspects suivants :

- Critères pour le film
- Critères pour la rédaction
- Critères pour l'activité pour la communauté
- Habiletés essentielles.