

Module 5 | **Montre ce que tu sais faire**

Nom du module :	Montrer ce que tu sais faire
Âge ou année :	Secondaire 2.0 (groupe d'âges mixtes)
Matière :	Carrière et développement communautaire
Niveau :	Intermédiaire
Durée :	4 semaines

Chères et chers enseignant(e)s!

Au cours de ce module, les élèves explorent le processus de conception et trouvent de nombreuses idées pour une entreprise sociale ayant une mission sociale ou environnementale.

- Objectif
- Compétences, indicateurs, habiletés et concepts
- Survol du module
- Information de base
- Évaluation
- Résultats escomptés pour le module
- Ressources
- Ateliers et leçons

Objectif

Dans le **Module 5 - Montre ce que tu sais faire** les élèves s'engageront auprès de la communauté pour présenter leur projet et leurs apprentissages.

Emploi du temps

Le temps est relatif. Vous pouvez modifier le temps recommandé pour chacune des activités et des évaluations en fonction de la taille de votre groupe et de la dynamique qui le sous-tend. Laissez de la place à la flexibilité et à des moments d'apprentissage spontanés. Chacun des modules est conçu de manière que les apprentissages puissent se concrétiser dans des situations réelles.

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

Module 1 – du 15 août au 15 septembre

Module 2 – du 16 septembre au 16 octobre

Module 3 – du 16 octobre au mois de novembre

Module 4 – du mois de décembre au 15 avril

Module 5 – du 15 avril au 15 mai

Activité de clôture : déployez vos connaissances – fin mai

Compétences, indicateurs, habiletés et concepts

Compétences

- Faire un compte rendu des répercussions de l'entreprise sociale
- Organiser un événement qui présente des projets communautaires et y participer

Indicateurs

- Organiser en équipe un événement à l'échelle de la communauté et de la commission scolaire
- Évaluer les répercussions d'un projet et les communiquer aux médias numériques
- Réfléchir au modèle de l'entreprise sociale
- Comprendre l'importance de l'entreprise sociale dans le développement de la communauté

Compétences essentielles

Citoyenneté

Concepts

Mesure des répercussions

Survol du module

Dans le dernier module, le **module 5 : Montre ce que tu sais faire**, les élèves seront invités à interagir avec la communauté et à présenter leurs projets. Il s'agit d'une occasion pour les élèves de participer à un événement de clôture à l'échelle de la commission scolaire et de la communauté (détails à venir). Chaque classe présentera son projet et sa mission aux autres élèves de la région.

Il en résultera que chaque élève participera non seulement à l'exécution du projet, mais aussi à toute l'aventure en profitant des apprentissages; les répercussions du projet seront communiquées à un large auditoire. Enfin, les élèves auront l'occasion de faire part de leurs réflexions sur l'aventure et d'indiquer comment ils se sont améliorés depuis le début du cours.

La dernière unité permet aux élèves d'expérimenter la réalisation d'un événement de présentation de projet afin d'accroître leur confiance en eux, de vraiment réaliser le changement et de développer leur état d'esprit entrepreneurial.

Grandes questions

- ❑ Comment allons-nous mesurer les répercussions?

Citation inspirante

À afficher dans la classe

« **Beaucoup d'échecs dans la vie sont le fait de personnes qui n'ont pas réalisé à quel point elles étaient proches du succès lorsqu'elles ont abandonné.** »

- Thomas Edison

Information de base

Mesure des répercussions

« Les répercussions sociales désignent les changements positifs à long terme pour les personnes, les communautés et, de façon globale, pour la société, qui découlent des activités ou des services offerts par des organismes du secteur du développement. »

[https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/socinnov/7%20Steps%20to%20Effective%20Impact%20Measurement_v3_13.12.16%20\(1\).pdf](https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/socinnov/7%20Steps%20to%20Effective%20Impact%20Measurement_v3_13.12.16%20(1).pdf)

Dans une entreprise à but lucratif classique, les répercussions peuvent être facilement mesurées en examinant les données financières pour s'assurer qu'un profit est réalisé. Pour une entreprise sociale ou un autre organisme doté d'une mission environnementale ou sociale, il peut être beaucoup plus difficile de mesurer le succès. Ces organismes doivent examiner un certain nombre de mesures distinctes pour déterminer si elles réalisent leur mission.

Pourquoi mesurer les répercussions sociales?

- Pour montrer aux investisseurs les réelles répercussions créées.
- Pour mieux gérer vos activités.
- Pour avoir du contenu publicitaire à partager avec vos clients pour qu'ils continuent de vous soutenir.
- Pour avoir l'occasion d'améliorer le produit ou le service offert.
- Pour pouvoir déterminer les possibilités d'adaptation.
- Pour avoir l'occasion d'améliorer la mission principale de votre organisme.
- Pour élaborer des anecdotes à partager pour promouvoir votre organisme.

[Vidéo](#)

<https://www.sopact.com/social-impact-measurement>

Mesure des répercussions sociales

1. Déterminer le but de votre organisme pour en mesurer les répercussions sociales. Celles-ci peuvent être étroitement liées à la mission et à la vision de votre organisme. (P. ex., voulez-vous mesurer le nombre d'emplois créés dans votre communauté, le poids d'aliments frais produits, la quantité de plastique recyclée ou quelque chose d'autre?)
2. Décider comment vous allez mesurer les répercussions. Quels types d'outils allez-vous utiliser pour savoir si votre organisme réussit à atteindre ses objectifs? Ces éléments doivent être en place dès le premier jour! De cette manière, vous pouvez comparer les données recueillies entre le démarrage de l'entreprise et après 1, 5 ou 10 ans de fonctionnement pour mesurer le changement réel.
3. Déterminer qui participera au processus de mesure. Avez-vous la capacité pour mesurer vous-mêmes les répercussions? Est-ce quelque chose qu'un autre employé peut faire? Ou faut-il embaucher un organisme externe pour vous aider à mesurer les répercussions?
4. Développer des indicateurs de rendement clé - des données spécifiques qui indiquent le degré d'efficacité avec lequel votre organisme atteint ses objectifs (p. ex., si votre mission consiste à fournir des aliments frais et abordables à la communauté; certains IRC pourraient comprendre le nombre de serres mises en place, le poids des produits cultivés, les dollars économisés par les membres de la communauté, etc.). Vous pouvez rechercher sur Internet des indicateurs dont se servent d'autres organismes ou créer les vôtres si votre organisme a besoin d'indicateurs particuliers.
5. Décider comment et auprès de qui vous allez recueillir les données. Ces données seront-elles recueillies auprès du groupe-cible en entier ou seulement auprès de quelques représentants - un échantillon ?
6. Préparer vos outils de collecte de données, notamment un questionnaire ou une feuille de calcul Excel dans laquelle vous pourrez collecter et consigner les répercussions.
7. Vous devriez maintenant avoir accès à des données de grande qualité; elles devront toutefois être organisées et analysées. L'analyse des données vous aidera à déterminer si votre organisme est sur la bonne voie pour réaliser sa mission sociale. Vous pouvez comparer les données recueillies après des mois ou des années de fonctionnement aux données de base recueillies au tout début pour déterminer le réel changement.
8. Les données partagées avec les investisseurs ou d'autres parties prenantes doivent être organisées et présentées d'une manière facile à comprendre et qui montre les répercussions des succès de votre organisme. Si les répercussions positives se font toujours attendre, vous pouvez indiquer ce que vous avez appris en mesurant les répercussions et ce qui changera pour assurer la réalisation de votre mission.

[https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/socinnov/7%20Steps%20to%20Effective%20Impact%20Measurement_v3_13.12.16%20\(1\).pdf](https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/socinnov/7%20Steps%20to%20Effective%20Impact%20Measurement_v3_13.12.16%20(1).pdf)

Indicateurs de rendement clé

« Un indicateur de rendement clé (IRC) désigne un jeu de mesures quantifiables dont se sert une entreprise pour évaluer son rendement avec le temps. » Pour la majorité des entreprises à but lucratif, les IRC sont fondés sur les données financières et les profits réalisés. Dans le cas des entreprises sociales, nombre des IRC portent sur les répercussions sociales, culturelles ou environnementales.

<https://www.investopedia.com/terms/k/kpi.asp>

Un certain nombre d'outils différents peuvent servir à recueillir des données sur les répercussions sociales, notamment :

- Excel - pour mesurer les données de base par rapport aux résultats obtenus (données quantitatives, p. ex., nombre de panneaux solaires installés, poids des aliments cultivés, etc.).
- Survey Monkey ou Google Sheets - pour recueillir les commentaires de la clientèle ou de l'auditoire cible (données qualitatives, p. ex., jusqu'à quel point la qualité de vie d'une personne s'est améliorée ou les changements que votre organisme a suscités dans la communauté).

Survol de l'évaluation pour le cours de CDC

Stratégie globale

Les étudiants 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 étudiants 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 étudiants 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 étudiants :

- Google Drive et Google Classroom – pour partager des documents et des liens, envoyer des rappels et autres notifications, et attribuer des tâches;
- 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 partager avec la communauté au sens large (mondiale).
www.wordpress.com/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'étudiant 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 acquisition d'habiletés essentielles;
- une réflexion multimédia par module (cinq au total);
- une réflexion finale à propos de leur parcours d'apprentissage : ce qu'ils ont appris, comment ils ont grandi, les défis relevés, les étapes suivantes; Comprend aussi une auto-évaluation.

Devoirs en lien avec les réflexions multimédia.

Les devoirs en lien avec les réflexions multimédia sont complétés tout au long du cours et visent à faire réfléchir l'étudiant sur son expérience dans le cadre du cours de CDC. L'étudiant peut choisir quand il fait ces devoirs et sous quel format.

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

- Réflexion écrite (de 500 à 700 mots)
- Album photo (de 10 à 20 photos qui racontent une histoire)
- Balado (de 5 à 10 minutes)
- Vidéoblogue (de 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 recourir à différents 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.
- Afin de consigner différents types d'expérience, les élèves doivent s'inscrire à l'avance dans un document Google partagé.

Résultats escomptés pour le module 5

Indicateurs de rendement clé
Présentation

Outils de rétroaction et de collecte de données témoignant du succès

Carnets d'élève
Entretiens en tête à tête
Auto-évaluation et évaluation par les pairs
Liste de vérification
Rubrique

Ressources recommandées

Évaluation des répercussions et des résultats
Atelier sur les indicateurs de rendement clé

Ateliers et leçons

5.1 Mesure des répercussions

Quelle répercussion sociale allons-nous mesurer? Comment allons-nous mesurer les répercussions sociales?

Nos répercussions sociales
1 ou 2 heures

5.2 Indicateurs de rendement clé

Quels types de mesures nous aidera à déterminer le succès de notre mission sociale? Quels sont nos indicateurs de rendement clé?

Développement des IRC
1 ou 2 heures

5.3 Présentations et arguments de vente

Comment présenter de la meilleure manière les répercussions de notre entreprise aux parties prenantes?

Création d'une présentation
2 à 3 heures

5.1 Mesure des répercussions

Question d'orientation

Quelle répercussion sociale allons-nous mesurer? Comment allons-nous mesurer les répercussions sociales?

Résultats

Déterminer les répercussions sociales et la manière de les mesurer

Vocabulaire

Mesure des répercussions

Répercussions sociales

Programme

Mise en train – 10 minutes

Quelles sont nos répercussions sociales? – 30 minutes

Bilan – 10 minutes

Étapes suivantes – 10 minutes

Mise en train

Mesure de votre propre succès Quelle forme prend le succès dans ton esprit?

1. Placez les questions suivantes sur le projecteur ou au tableau :
 - Que représente le succès pour toi?
 - Que doit-il t'arriver dans la vie pour que tu considères que tu « as du succès »?
 - Qu'est-ce que tu examinerais ou mesurerais pour déterminer si ton entreprise obtient ou non du succès (à l'école, au travail, dans la vie, etc.)?
2. Après avoir donné aux élèves de 5 à 10 minutes pour écrire leurs réponses, demandez à des volontaires de les partager avec le groupe.
3. Expliquez que, tout comme c'est le cas dans la vie, il est important qu'une entreprise définisse ce que représente le succès pour elle. Les élèves doivent connaître les objectifs qu'ils souhaitent atteindre, comment ils vont le faire et quels outils ou méthodes ils vont utiliser pour déterminer leur succès et le partager avec les autres.

Activité expérientielle : Nos répercussions sociales

Commencez par montrer à la classe [ce vidéo](#). Expliquez que les « répercussions sociales désignent les changements positifs à long terme pour les personnes, les communautés et, de façon globale, pour la société qui découlent des activités ou des services offerts par des organismes du secteur du développement. » Pour le groupe, les répercussions sociales correspondraient à l'impact positif à long terme qu'aurait leur entreprise sociale. Cela peut comprendre la création d'emplois, le recyclage de déchets, la préparation et la distribution de repas, etc.

Séparez les élèves en petits groupes pour faciliter la discussion et la collaboration. Demandez aux élèves de consigner, en équipe, les réponses aux questions suivantes :

1. Quel est le but de mesurer les répercussions sociales? Cela peut être directement lié à la mission et à la vision de l'entreprise sociale. Qu'essayez-vous d'accomplir? (P. ex., voulez-vous mesurer le nombre d'emplois créés dans votre communauté, le poids d'aliments frais produits, la quantité de plastique recyclée ou quelque chose d'autre?)
2. Comment allez-vous faire pour mesurer les répercussions? De quels types d'outils avez-vous besoin pour être certain que l'information recueillie est la plus exacte possible?
3. Qui participera à la mesure des répercussions sociales? Est-ce quelque chose qui peut être réalisé en groupe ou devrez-vous aussi compter sur des partenaires, des clients ou sur d'autres organismes ou personnes de l'extérieur?

Après avoir répondu aux questions, discutez des réponses en groupe et déterminez ce qui sera mesuré et comment ce sera fait à l'avenir.

Bilan et réflexion

1. **Qu'est-ce que c'est?** Quels sont certains des avantages de mesurer votre impact social?
2. **Alors?** Déterminer en groupe ce que vous allez mesurer exactement.
3. **Et maintenant?** Comment et avec qui allez-vous réaliser ces mesures?

Prochaines étapes

Maintenant que vous connaissez les répercussions sociales à mesurer et que vous savez comment le faire, élaborer en groupe les indicateurs de rendement clé que vous utiliserez pour déterminer si l'entreprise sociale réussit à réaliser sa mission.

5.2 Indicateurs de rendement clé

Question d'orientation

Quels types de mesures nous aidera à déterminer le succès de notre mission sociale? Quels sont nos indicateurs de rendement clé?

Résultats

Développement des IRC

Vocabulaire

Mesures

Indicateurs de rendement clé

Programme

Mise en train – 10 minutes

Élaboration des IRC - 1 heure

Bilan – 10 minutes

Étapes suivantes – 10 minutes

Mise en train

« Un indicateur de rendement clé (IRC) désigne un jeu de mesures quantifiables dont se sert une entreprise pour évaluer son rendement avec le temps. » Pour la majorité des entreprises à but lucratif, les IRC sont fondés sur les données financières et les profits réalisés. Dans le cas des entreprises sociales, nombre des IRC portent sur les répercussions sociales, culturelles ou environnementales.

1. Demandez aux élèves d'établir des IRC possibles pour les entreprises suivantes :
 - Un magasin d'occasions (p. ex., achalandage, dépenses moyennes par client, dons reçus, déchets récupérés, économies réalisées par la clientèle).
 - Une entreprise qui fournit des filtres à eau aux communautés sans eau potable (p. ex., nombre de personnes ayant accès à de l'eau potable, coût par gallon d'eau traitée, etc.).
 - Un café qui embauche des jeunes à risque (p. ex., nombre d'emplois créés, roulement des employés, occupation moyenne des tables, etc.).
2. Expliquez que les IRC peuvent être répartis entre différents créneaux. Par exemple, une entreprise peut avoir des IRC de gestion, des IRC de médias sociaux, des IRC de service à la clientèle, etc. Pour le moment, nous nous concentrerons sur les répercussions sociales et sur les IRC pouvant nous aider à les mesurer.

Activité expérientielle : Développement des IRC

Divisez la classe en groupes et demandez-leur de développer autant d'IRC liés aux répercussions sociales des entreprises qu'ils le peuvent. Soulignez que les IRC sont importants parce que :

- Ils permettent de mesurer l'atteinte des objectifs;
- Ils définissent à quoi correspond le succès pour une entreprise;
- Ils encouragent l'imputabilité au sein de l'équipe;
- Ils font en sorte que tous les employés se concentrent sur des objectifs communs;
- Ils donnent une meilleure compréhension de la manière dont fonctionne l'entreprise et des endroits où des améliorations peuvent être apportées;
- Ils permettent de savourer constamment de petites victoires.

Vous pouvez aussi fournir les conseils suivants aux élèves avant de commencer :

- Il existe des normes de l'industrie en matière d'IRC pour faciliter la sélection des IRC qui conviennent. Il faut toutefois se concentrer sur les besoins de VOTRE entreprise.
- Il n'y a pas de nombre magique quant aux IRC dont vous avez besoin, mais il faut se rappeler qu'ils doivent tous être directement liés au succès de votre entreprise.

Pour chacun des IRC développés, les groupes doivent répondre aux questions ci-dessous. Nous utiliserons comme exemple un organisme dont l'objectif est d'embaucher deux jeunes sans-abris au cours des six prochains mois. Leurs IRC pourraient notamment comprendre : affichages de poste, soumission d'offre de service et participation aux entrevues.

- **Votre objectif est-il clair et précis?** Oui, il montre exactement ce que nous souhaitons accomplir.
- **Comment allez-vous mesurer le progrès vers l'atteinte de votre objectif?** En vérifiant le nombre de nouveaux employés à la fin de chaque mois.
- **Cet objectif est-il réaliste?** Oui, c'est un nombre relativement petit d'employés à embaucher.
- **Cet objectif est-il pertinent pour votre entreprise?** Oui, la mission de notre entreprise est d'offrir des possibilités d'emploi aux personnes dans le besoin.
- **Quelle est l'échéance fixée pour atteindre votre objectif?** Six mois.
- **Quel est le résultat souhaité pour cet IRC?** Création de deux emplois pour deux jeunes sans-abris.
- **Comment pouvez-vous influencer l'atteinte de ce résultat?** Promouvoir les possibilités d'emplois, encourager les jeunes à déposer une demande d'emploi et participer au processus de demande d'emploi.
- **Qui est chargé de s'assurer de l'obtention du résultat souhaité?** L'équipe RH responsable ou chargée de l'embauche.
- **Comment saurez-vous que vous avez atteint votre objectif?** Il y aura plus d'employés.
- **À quelle fréquence allez-vous analyser vos progrès?** Chaque mois.

Bilan et réflexion

1. Qu'est-ce que c'est? Quels sont les IRC que nous utiliserons pour notre entreprise sociale?

2. Alors? Comment vont-ils nous aider à déterminer si nous avons réussi?

3. Et maintenant? Pourquoi est-il important de mesurer ces IRC? Qui sera capable de partager notre histoire, et avec qui?

Prochaines étapes

Maintenant que les élèves comprennent comment mesurer les répercussions sociales, ils apprendront comment intégrer cet élément, ainsi que les autres aspects de leur entreprise, dans une présentation ou un argument de vente. Cela peut servir à attirer la clientèle, les consommateurs et les investisseurs ou à présenter l'entreprise sociale aux amis, à la famille et aux membres de la communauté.

5.3 Présentations et arguments de vente

Question d'orientation

Comment peut-on présenter notre entreprise sociale de manière concise, claire et convaincante ?

Résultats

Développement d'une présentation et d'arguments de vente

Vocabulaire

Mesures

Indicateurs de rendement clé

Programme

Mise en train – 10 minutes

Créer une présentation - 2 à 3 heures

Bilan – 10 minutes

Étapes suivantes – 10 minutes

Mise en train

Argument de vente ascensionnel! 30 secondes pour présenter et vendre votre entreprise!

Un argument de vente ascensionnel est une courte présentation de vente persuasive qui doit durer entre 20 et 30 secondes. L'expression vient d'une situation dans laquelle vous vous trouvez dans un ascenseur avec un client, un partenaire ou un investisseur potentiel; vous avez seulement le temps nécessaire à vous rendre au 10^e étage pour attirer leur attention! L'argument de vente ascensionnel doit être captivant et mémorable, et doit aller droit au but. Les élèves prépareront un argument de vente ascensionnel pour expliquer leur entreprise sociale et le présenteront au groupe. Rappelez-vous... Plus ils vont s'exercer, plus ils s'amélioreront et seront efficaces! Demandez aux élèves de suivre les étapes ci-dessous pour créer leur argument de vente ascensionnel :

1. Souriez et commencez par un énoncé qui capte l'attention de l'interlocuteur ou l'encourage à poser des questions.
2. Dites-lui qui vous êtes, puis décrivez votre entreprise et sa mission.
3. Expliquez les problèmes que vous avez réglés ou que vous voulez régler.
4. Donnez un exemple.
5. Dites à l'interlocuteur pourquoi vous souhaitez lui parler.
6. Expliquez quels services, produits ou solutions vous pouvez lui fournir.
7. Dites-lui les avantages de travailler avec vous ou en quoi votre proposition de valeur est unique.

8. Appel à l'action! Demandez-lui une carte de visite, un rendez-vous, un numéro de téléphone ou ce que vous recherchez, quoi que ce soit.

Activité expérientielle : Création d'une présentation

Les élèves vont maintenant créer une présentation sur l'entreprise sociale, dont ils se serviront lors d'une présentation à la communauté, d'une rencontre avec un investisseur, pour envoyer à un client qui veut plus d'information ou pour présenter à des partenaires potentiels.

Utilisez le gabarit *Présenter et vendre votre entreprise* du [dossier Ressources](#) et demandez aux élèves de créer leur présentation au moyen de PowerPoint ou de Google Slides. À noter qu'à la diapo 9, les élèves peuvent fournir une liste des coûts de démarrage au lieu d'un budget.

Lorsque les élèves ont terminé leur présentation, ils devraient s'exercer à présenter et à vendre leur idée.

Bilan et réflexion

1. **Qu'est-ce que c'est?** Quelles diapositives ont été plus difficiles à créer? Lesquelles étaient plus faciles, naturelles?
2. **Alors?** À qui serait-il important de présenter ces diapositives?
3. **Et maintenant?** Comment allons-nous utiliser ces diapos dans une présentation à la communauté?

Prochaines étapes

Les élèves devraient utiliser ces diapos ainsi que d'autres ressources, notamment BMC, PPPV, validation, identité de marque, etc., pour présenter leur nouvelle entreprise sociale à la communauté. Cela aidera à faire circuler la nouvelle, à établir des liens et à obtenir des commentaires de valeur.

5.4 Évaluation réflexive

Les élèves doivent créer une brève narration numérique à propos de leur expérience du module 5 à partir de toutes les images et des notes qu'ils ont réunies lors des activités des semaines précédentes. (50 minutes)

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

- Vidéo de 2 minutes d'exposé oral, de chanson, de théâtre ou de documentaire
- Billet de blogue – carnet ou album photo

La narration numérique ne devrait pas dépasser 250 mots à l'écrit et doit comprendre une histoire personnelle ou communautaire. Elle sera conçue et enregistrée à l'aide des outils informatiques de montage

de la classe et de photos prises en classe et pourra comprendre des éléments vidéo, de l'animation et de la musique. Toute image tirée de sources extérieures doit être libre de droits d'auteur.

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

- Résultats visés pour la narration : durée, type de média, détails du contenu, sujet
- Habiletés : utilisation des outils numériques, collaboration, communication

Bibliographie

- Alexandra Twin (25 janvier 2019) *Key Performance Indicators (KPI)*. Tiré de <https://www.investopedia.com/terms/k/kpi.asp>
- Forbes (14 novembre 2018) *Investing's Final Frontier: Impact Measurement*. Tiré de https://www.youtube.com/watch?time_continue=152&v=hTE2oDWPdXQ
- inFocus (décembre 2016) *7 Steps to Effective Impact Measurement*. Tiré de [https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/socinnov/7%20Steps%20to%20Effective%20Impact%20Measurement_v3_13.12.16%20\(1\).pdf](https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/DG/socinnov/7%20Steps%20to%20Effective%20Impact%20Measurement_v3_13.12.16%20(1).pdf)
- Sopact - *The Best Practices on Measuring Social Impact*. Tiré de <https://www.sopact.com/social-impact-measurement>