

GRACE

Kit d'outils pour les formateurs et les éducateurs d'adultes

Renforcer les compétences numériques des micro-entreprises des
secteurs de la culture et de la création afin d'activer leurs capacités
créatives et novatrices à l'ère du numérique



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



PROJET

GRACE - Renforcer les compétences numériques des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création afin d'activer leurs capacités créatives et novatrices à l'ère du numérique

Partenaires de GRACE

ASOCIATIA ASSOCIATION EUROPEENNE POUR L'INOVATION SOCIALE

Canary Wharf Consulting Limited

CLIO MUSE ETIRIA ANAPTIXIS EFARMOGON GIA TON POLITISMO IKE

SOCIAL POLICY ACADEMY

Consultoria de Innovaci0n social

APROXIMAR- COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, CRL

NOVEL GROUP SARL

AUTEURS

Susana Silva | Joao Correia | Olympia Driva



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Le soutien de la Commission européenne à la production de cette publication ne constitue pas une approbation du contenu, et ne reflète que les opinions des auteurs, ainsi, la Commission ne peut être tenue responsable de toute usage qui pourrait être fait des informations contenues dans ce document.

Table des matières

Introduction	6
1. Comprendre le contexte « Pourquoi GRACE ? »	7
1.1 Le projet GRACE	7
1.2 Bref examen des conclusions par pays	11
1.3 Définitions	14
2. Préparation du formateur	16
2.1 Méthodologie du cours, stratégie de prestation, approche andragogique	16
2.2 Résultats d'apprentissage	21
3. Mobiliser les apprenants	24
3.1 Description du profil des apprenants	24
3.2 Stratégies pour impliquer les apprenants avant la formation	26
3.3 Stratégies pour impliquer les apprenants pendant les sessions	27
4. Mise en œuvre du cours	29
4.1 Plans des sessions	29
5. Évaluation	42
5.1 Questionnaire de satisfaction	42
5.2 Évaluation des connaissances et des compétences (ex ante et ex post)	4

Introduction

Suivant la méthodologie approuvée pour l'élaboration de Toolkit destiné à aider les formateurs et les éducateurs d'adultes à dispenser en ligne le cours GRACE et à soutenir les micro-entreprises dans leur transformation numérique, ce document, divisé en **5 étapes**, permet de guider les formateurs et les parties prenantes de l'EFP lors de l'analyse du Toolkit et de la formation :

Étape 1 - Comprendre le contexte « Pourquoi GRACE ? »

Étape 2 - Préparation

Étape 3 - Mobiliser les apprenants

Étape 4 – Mise en œuvre du cours

Étape 5 - Évaluation

Chacune des étapes de cette méthodologie fournit un ensemble de **contenus et d'outils** pouvant être utilisés pour mettre en œuvre le cours, évaluer cette mise en œuvre, de même que les stratégies visant à préserver ces pratiques.

Par conséquent, cette méthodologie et les outils qu'elle propose peuvent être utilisés par les formateurs et les éducateurs d'adultes pour apporter un accompagnement personnalisé et efficace aux micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création dans un but de renforcement de leurs compétences numériques dans le cadre d'une amélioration des capacités d'innovation et de créativité.

1. Comprendre le contexte « Pourquoi GRACE? »

La première étape de cette méthodologie vise à sensibiliser les formateurs de l'EFP afin qu'ils puissent comprendre quels types de besoins et d'approches ont pu être identifiés au sujet de la numérisation des micro-entreprises dans les secteurs de la culture et de la création. En premier lieu, il s'agit de fournir des explications sur le contexte et les objectifs du projet GRACE, puis de présenter un aperçu des besoins et des défis spécifiques auxquels les micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création sont confrontées dans les pays partenaires en matière de transition et de fluidité numérique.

1.1 Le projet GRACE

Les micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création, et plus particulièrement, celles œuvrant dans des régions touristiques, ont été gravement touchées par la crise de la COVID-19 en raison du confinement et des restrictions sur les voyages. Fonctionnant suivant le modèle commercial traditionnel qui s'appuie sur la communication en face à face avec le client, ces petites entreprises ont énormément souffert de la situation et ont constaté leur impréparation pour faire face aux changements qui ont suivi la crise de la COVID. La pandémie a, par conséquent, douloureusement mis en évidence, le manque de compétences numériques qui plaçait, déjà avant la crise sanitaire, ces petites entreprises dans une position défavorable, engendrant ainsi une baisse de leur compétitivité les conduisant progressivement à l'exclusion des opportunités de l'ère numérique.

Le programme "**GRACE - Renforcer les compétences numériques des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création afin d'activer leurs capacités créatives et novatrices à l'ère du numérique**", est né de la nécessité pour les micro-entreprises des secteurs cités d'améliorer leurs compétences numériques et d'accroître leur compétitivité en profitant des opportunités de l'ère numérique. Pour relever le défi de la Covid 19, une plate-forme de formation en ligne a été créée qui équipera les micro-entreprises de compétences numériques clés concernant tous les aspects commerciaux, renforcera l'esprit d'entreprise numérique et

créera un pôle numérique pour la créativité et l'innovation leur permettant de s'engager sur la voie de la croissance, et d'atténuer les répercussions de la pandémie. Les partenaires du projet de GRACE ainsi que les responsables de sa réalisation sont originaires **de Roumanie, de Grèce, du Royaume-Uni, d'Espagne, du Portugal, et du Luxembourg.**

L'**objectif général** de Grace consiste à soutenir les micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création dans leurs transitions numériques, afin d'augmenter leurs compétences numériques et leurs compétences en entrepreneuriat numérique.

L'**objectif le plus spécifique** du projet concerne le développement de la plate-forme éducative en ligne GRACE destinée aux responsables des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création, pour leur offrir l'opportunité de recevoir une formation adaptée à leurs besoins, d'acquérir des compétences numériques et des compétences en entrepreneuriat numérique.

Activités principales

- Doter les entrepreneurs des secteurs de la culture et de la création de compétences numériques pour positionner avec succès leur entreprise à l'ère numérique et pour améliorer la compétitivité et la croissance
- Informer et former les micro-entreprises sur l'entrepreneuriat numérique.
- Établir des groupes et des réseaux numériques pour renforcer le transfert des connaissances, la créativité et la pensée novatrice.
- Accroître les connaissances et la disponibilité des ressources pour les éducateurs d'adultes travaillant sur le terrain, afin de les équiper pleinement pour soutenir leurs micro-entreprises.
- Renforcer la concertation transnationale concernant le soutien à la formation des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création pour assurer leur durabilité et leur croissance.

Le projet GRACE a une durée de 24 mois. Pendant cette période, il prévoit d'obtenir les résultats suivants :

- La plate-forme d'enseignement GRACE disponible dans toutes les langues des partenaires constituera un espace de formation non formel favorisant un apprentissage et une

communication ouverts et coopératifs, mais également un réservoir de pratiques optimisées et de nombreuses autres ressources pour les micro-entreprises

- Des cours en ligne sur les compétences numériques et l'entrepreneuriat numérique pour des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création adaptées à leurs besoins orientées vers l'innovation et enrichies d'exercices pratiques, de scénarios de la vie professionnelle réelle, mais également de nombreux exemples et d'études de cas.

Une véritable boîte à outils - toolkit - pour les éducateurs d'adultes comportant des informations, des conseils pratiques et des ressources pertinentes et opportunes, parfaits pour aider les micro-entreprises à acquérir un esprit d'entreprise adapté au numérique et également pour soutenir ceux qui désirent s'engager dans l'acquisition de compétences numériques qui les aideraient à démarrer leur entreprise.

- Rapport d'évaluation du projet Pilote : analyse et évaluation de l'implémentation pilote de l'intervention éducative proposée, présentant l'évaluation et la rétroaction venant du personnel, des formateurs et des apprenants des organisations partenaires.
- Un guide sur la conversion ascendante et la transférabilité qui constituera un élément clé en matière de durabilité, car inspiré de l'expérience du projet et présentant un modèle de conversion ascendante dans d'autres pays et dans d'autres contextes.
- Un rapport sur les enseignements tirés et les recommandations stratégiques ; l'héritage et la contribution du projet GRACE, concernant l'approfondissement des questions portant sur les besoins de formation et les obstacles devant être surmontés, sur les parcours éducatifs pouvant être créés afin de contribuer aux progrès des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création.

Tous les résultats tangibles seront mis à disposition sous forme électronique dans les médias numériques du projet et diffusés dans les médias numériques des partenaires ; ils seront développés en anglais et traduits dans les langues partenaires.

Intangible

- Séminaires en ligne adressés à 100 formateurs et éducateurs d'adultes
- Formation de 100 entrepreneurs de micro-entreprises et de leur personnel dans cinq

- Cinq événements multiplicateurs couvrant les différentes étapes de la mise en œuvre du projet pour attirer l'attention des groupes cibles et des parties prenantes sur ce que le projet a à offrir et sur ses avantages pour les micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création.

Un événement de clôture à Bruxelles présentera les résultats du projet et les enseignements tirés, où sera invité un large public d'acteurs de l'éducation et de l'EFPP, de la société civile, du monde universitaire et de fonctionnaires à tous les niveaux.

Conception et méthodologie de recherche

Ce projet nécessite deux phases de recherche différentes, des recherches documentaires et des recherches sur le terrain. Cette approche est jugée comme étant la plus appropriée pour les parties prenantes concernées : a) mieux comprendre le profil organisationnel du groupe cible ; b) améliorer davantage leur compréhension des besoins et des défis du groupe cible ; d) intégrer les besoins et les caractéristiques du groupe cible dans la conception de la plate-forme éducative.

- i. Recherche documentaire sur l'identification des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création et enregistrement de leurs besoins et défis actuels en matière de numérisation

La première phase consiste à mener des recherches documentaires à petite échelle au niveau national en vue de mieux définir leur profil organisationnel et de mieux comprendre les besoins et les défis auxquels elles sont confrontées, en particulier en termes de numérisation. Chaque partenaire est tenu de mener cette recherche à petite échelle dans le contexte de son propre pays, afin de saisir les nuances et les besoins spécifiques à son environnement national.

Méthodologie

En premier lieu, les partenaires recherchent des sources en ligne comme des rapports d'acteurs concernés, étatiques ou non étatiques (agences gouvernementales, autorités publiques liées au secteur, associations d'entreprises, etc.) et d'autres sources telles que des blogs, forums et sites Web appartenant au secteur, pour délimiter le secteur des micro-entreprises de la culture et de la création au niveau national. Les partenaires prêtent notamment attention aux régions touristiques où les entreprises concernées ont été exposées à des défis défavorables dus à la pandémie de la COVID-19. Cette étape importante établit une compréhension uniforme du secteur de la culture et de la création, et produit des recherches pertinentes aptes à fournir des

informations à la plate-forme éducative.

L'UNESCO définit ces entreprises en tant qu'entreprises des secteurs de la culture et de la création si leurs activités visent à produire ou reproduire, à promouvoir, distribuer ou commercialiser des biens, des services et des activités dont le contenu est d'origine culturelle, artistique ou patrimoniale, en y incluant les arts plastiques et visuels et 10 activités de l'artisanat, du patrimoine culturel et naturel, des livres et de la presse, des services de conception et de création, du tourisme etc. Notez que les micro-entreprises ont été définies comme des entreprises de 9 employés ou moins. Deuxièmement, les partenaires ont utilisé des rapports, des articles de presse et diverses recherches afin de cerner les niveaux d'alphabétisation numérique et les besoins en formation qui en découlent. Les mots clés servant à cerner les niveaux d'alphabétisation numérique et les besoins en formation étaient : Les PME et la numérisation, la transition numérique des entreprises du secteur de la culture et de la création, les compétences des petites entreprises pour la transition numérique, l'esprit d'entreprise et la numérisation dans ces secteurs, la COVID-19 et la numérisation dans la culture et les arts.

i. Des groupes de discussion pour la recherche sur le terrain s'adressent à des représentants de micro-entreprises (Connaissance du concept de numérisation, besoins et défis des micro-entreprises en matière d'alphabétisation numérique)

La deuxième phase comprend la recherche sur le terrain avec la collecte de données qualitatives par les groupes de discussion. Complétant ainsi la recherche documentaire entreprise par les partenaires, elle ajoute de la profondeur aux connaissances acquises durant la première phase. Les groupes de discussion composés de représentants des micro-entreprises des secteurs concernés, obtiennent des informations majeures sur les besoins et les défis du groupe cible en matière de numérisation.

Méthodologie

La recherche sur le terrain comprenant des groupes de discussion avec des représentants de micro-entreprises, détermine les besoins et les défis auxquels ils sont confrontés : niveau d'alphabétisation numérique, besoins en formation, connaissance de l'entrepreneuriat numérique. Les groupes de discussion examinent la question du point de vue du représentant de la micro-entreprise.

Un (1) groupe de discussion par pays a été constitué, avec la participation de 6-10 personnes pour chacun d'eux. La durée du groupe de discussion était d'environ 75-90 minutes pour

maintenir l'attention des participants et prévenir la fatigue. Avant le groupe de discussion, le chercheur a fourni aux participants des renseignements sur le projet dans leur langue nationale.

1.2 Bref examen des conclusions par pays

Les résultats - les recommandations issues des recherches documentaires et de terrain diffèrent selon les pays : Au Royaume-Uni, d'après les résultats de l'étude, les personnes impliquées dans le secteur de la micro-entreprise expriment une forte inquiétude quant à la situation actuelle et au développement futur de leurs industries respectives. Les micro-entreprises doivent surmonter de nombreux et divers obstacles, même si elles présentent d'excellents niveaux de développement.

Les principaux obstacles à l'obtention de nouvelles compétences numériques sont le coût, le manque de temps et de formation, le manque de connaissances sur les possibilités offertes. Bien qu'une grande partie du secteur de la micro-entreprise maîtrise les technologies numériques, des compétences spécifiques indispensables manquent pour exceller en période difficile. Les entreprises participantes ont tenté d'inclure les nouvelles technologies puisqu'elles sont conscientes de la nécessité du changement dans l'approche, et qu'elles ont toutes été confrontées à des obstacles : réticence des clients et des collègues à utiliser du matériel inconnu, manque de temps et de formation pour acquérir ces compétences, accès souvent payant à des plateformes dont l'utilité est incertaine.

Ainsi, les conclusions suivantes ont été établies pour favoriser l'aide aux micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création pour améliorer leurs compétences numériques. D'après les entretiens menés, on peut déterminer que les participants ont besoin d'une approche gratuite et claire, facilement accessible par toutes les sessions de formation. Il apparaît essentiel de favoriser une approche holistique de la formation afin d'y inclure les différents types de micro-entreprises et leurs besoins (marketing, communication, formation, et publicité) étant donné que les réponses des entrevues ont mis en évidence des difficultés à trouver un cours qui puissent couvrir les différents besoins d'une petite entreprise. La formation numérique permettra de gagner du temps et les participants auront la possibilité de prendre des notes, de poser des questions et même de revenir à la formation quand ils en auront besoin. Cela se traduira par une meilleure gestion de leurs ressources, offrant ainsi aux micro-entreprises la

possibilité d'une gestion beaucoup plus efficace.

Au Portugal, les besoins des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création sont différents. Il est donc impératif de considérer le niveau antérieur de compétences numériques des participants potentiels de l'initiative GRACE, car le programme du cours pourrait être ou trop avancé, ou trop accessible. Le niveau des compétences numériques est aussi varié que le secteur lui-même.

Dans cette optique, deux thèmes principaux ont émergé dans le groupe de discussion, indépendamment de la compétence numérique, et dans la recherche documentaire sur ordinateur :

- La nécessité d'échanger les bonnes pratiques, d'inciter le réseautage ou de créer un collectif. Cela permet aux micro-entreprises d'accéder à de nouveaux marchés, clients, méthodologies et pratiques de haut niveau. Ce réseau d'organisations spécialisées dans la culture doit être créé en ligne afin de supprimer la distance géographique comme facteur d'exclusion.
- De plus, quel que soit le niveau de compétence, il est nécessaire que les micro-entreprises du secteur de la création et de la culture aient accès et soient informées des possibilités de financement. Comme il a déjà été souligné dans ce rapport, la prospérité d'un bon nombre de ces entreprises dépendant à la fois du financement public et privé, il est essentiel qu'elles soient informées des meilleures opportunités et des options les plus adaptées. En conclusion, en dépit de la diversité du secteur culture et création, certains thèmes communs de première importance ont émergé et qui doivent être abordés tout au long de l'initiative GRACE.

En Roumanie, sur la base des résultats de la recherche, on a constaté la nécessité d'améliorer la capacité de numérisation des micro-entreprises roumaines. À la fois au niveau macro, tel que commenté par les rapports référencés, mais également au niveau micro d'après les conclusions du groupe de discussion, les entreprises des secteurs de la culture et de la création semblent être prêtes à améliorer la formation de leurs employés et donc, à renforcer leurs activités.

Toutefois, le manque de temps, les coûts élevés de mise en œuvre et le manque de possibilités de formation numérique constituent les principaux obstacles à cette réalisation. Même si un petit pourcentage des représentants des PME roumaines utilisent déjà les technologies numériques au sein de leurs entreprises, leur réticence peut s'expliquer par les obstacles mentionnés ci-dessus. Par ailleurs, les micro-entreprises comprennent la nécessité d'être

numériquement présentes à la fois pour augmenter la productivité du travail et pour développer la notoriété de leur marque. Plus particulièrement, pendant la pandémie de la COVID-19, les micro-entrepreneurs ont changé d'approche en se tournant vers la clientèle locale, se concentrant ainsi davantage sur l'environnement numérique par le biais des médias sociaux (même si cela s'est opéré à un petit niveau).

Par conséquent, certaines conclusions peuvent être utiles et doivent être prises en compte pour enrichir les cours en ligne : étant donné les besoins et les préoccupations des entrepreneurs interviewés, un accès libre et gratuit à des sessions de formation, supprimant ainsi la barrière du coût, serait bénéfique aux participants. En outre, une formation sur le renforcement de la visibilité en ligne sur les médias sociaux rapidement efficace est un autre aspect clé dont les micro-entrepreneurs pourraient bénéficier, puisque les participants du groupe de discussion ont exprimé leur difficulté à équilibrer la production et la promotion de leurs produits. S'inspirant des suggestions des participants, les cours d'apprentissage mixtes sont la solution la plus appropriée, même s'il faut souligner l'importance des cours en présentiel. Pour finir, une meilleure gestion des ressources à disposition (temps, personnel, argent) permettrait aux micro-entrepreneurs de gérer efficacement une micro-entreprise et de la développer.

Au Luxembourg, a été notée la nécessité d'augmenter le nombre de plates-formes à faible coût ou ouvertes aux entrepreneurs. Sur la base des résultats de la recherche, les recommandations suivantes ont été pu être formulées : Formation sur le développement des compétences en marketing numérique - les micro-entreprises utilisent déjà les médias sociaux pour promouvoir leur travail et leurs produits, mais on a remarqué la nécessité de compétences en marketing numérique pour atteindre un plus large public, mieux diffuser le travail et augmenter les profits. Formation sur l'expérience client numérique - des recherches documentaires et sur le terrain ont indiqué la nécessité d'une formation appropriée. En effet, le groupe de discussion a mentionné que la formation à DCX les aidera à maintenir leur clientèle actuelle, à en acquérir et à conserver la compétitivité de leurs entreprises. Formation sur les technologies VR/AR - les technologies ouvrent de nouvelles possibilités de travail et favorisent la production de contenus (par ex., un artiste peut tirer profit de l'exposition de son travail dans une galerie virtuelle). Prise en charge de l'amélioration de l'infrastructure globale de l'entreprise - Une prise en charge de l'intégration et de l'adaptation de nouveaux outils numériques pour effectuer la transition numérique des entreprises, de nouveaux modèles et stratégies commerciaux facilitera la transition souhaitée et la survivre à l'ère numérique.

1.3 Définitions

Entrepreneur numérique

À l'ère numérique, l'esprit d'entreprise est désormais plus sollicité que jamais. Cependant, l'entrepreneuriat numérique ne se limite pas à la tenue de réunions en ligne, de bureaux automatisés ou de communications sur les médias sociaux. Il doit devenir une approche holistique prenant en compte tous les processus organisationnels, dont la communication et la prestation de services. En réussissant à « penser numériquement », en intégrant les processus numériques à tous les niveaux, on peut obtenir un succès à long terme et tenir à distance des concurrents émergents.

Ainsi, la personnalité entrepreneuriale numérique doit présenter les compétences suivantes :

- Créativité, compétences organisationnelles et sens des opportunités de marché
- Connaissance approfondie des exigences techniques et de l'environnement concurrentiel
- Courage d'appliquer le processus de destruction créatrice.

À notre avis, l'entrepreneuriat numérique doit se concentrer sur l'exploitation des technologies ou des modèles commerciaux numériques et rechercher à utiliser les opportunités entrepreneuriales.

L'entrepreneuriat numérique

Est un terme décrivant comment l'esprit d'entreprise va permettre d'opérer des changements nécessaires quand, parallèlement, le monde des affaires et à la société sont sans cesse transformés par la technologie numérique. L'entrepreneuriat numérique met en lumière les changements dans la pratique entrepreneuriale, la théorie et l'éducation.

L'entrepreneuriat numérique s'implique dans tout ce qui est nouveau et différent en accord avec un esprit d'entreprise engagé dans un monde numérique, et cela comprend

- De nouvelles façons de trouver des clients pour des projets d'entreprises.
- De nouvelles façons de concevoir et d'offrir des produits et des services.
- De nouvelles façons de générer des revenus et de réduire les coûts.
- De nouvelles opportunités de collaboration avec les plates-formes et les partenaires.
- De nouvelles sources d'opportunités, de risques et d'avantages concurrentiels.

Transition numérique

La transition numérique suppose l'intégration de la technologie numérique dans tous les domaines d'activité, et modifie fondamentalement votre façon de travailler et de fournir de la

valeur à vos clients. Il s'agit également d'un changement culturel qui exige que les organisations remettent continuellement en question le statu quo, expérimentent et se sentent à l'aise avec l'échec.

2. Préparation du formateur

La deuxième étape vise à préparer les formateurs de l'EFP pour le cours, et fournit des conseils sur l'approche méthodologique des formateurs pour le cours. En outre, il s'agit de délimiter les résultats d'apprentissage spécifiques du cours et de mettre en évidence les compétences transversales de la formation GRACE.

2.1 Méthodologie des cours, stratégie de prestation et approche andragogique

L'approche méthodologique GRACE repose sur les éléments de base suivants :

- **Orientation ascendante et vers l'objectif** : Toutes les activités sont conçues pour répondre aux besoins et au profil du groupe cible direct, c'est-à-dire les micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création.
- **Itération**: Les mécanismes de rétroaction imprègnent tous les aspects du projet et sont appliqués à tous les acteurs participants (micro-entreprises, intervenants, formateurs et partenaires).
- **Inclusion**: Le projet GRACE est intrinsèquement inclusif car il cherche à surmonter les obstacles qui entravent l'accès à la formation et encourage la participation du groupe cible installé dans des régions géographiques éloignées et périphériques et confronté à diverses difficultés, économiques ou autres.
- **Transnationalité** : L'inclusion d'acteurs de différents pays assure la constitution d'un vaste réservoir d'informations et maximise le transfert des connaissances et l'apprentissage mutuel.

Méthodologie du cours et déroulement des modules

La plate-forme et les cours de formation abordent en profondeur des questions telles que la présence et la gestion numériques, l'image de marque et le marketing à l'ère numérique, les compétences en entrepreneuriat numérique. Les principales caractéristiques du cours en matière d'innovation sont les suivantes :

- Identification des besoins et des défis du groupe cible et les adapter.
- Le déroulement et la prestation des cours en ligne sont basés sur la cocréation.

- Les cours se concentreront sur l'amélioration des compétences numériques en fonction du profil, des besoins et des aspirations des petites entreprises.
- La plate-forme éducative et les cours offrent un environnement d'apprentissage transnational entièrement en ligne.

Il est très important de noter l'attention accordée à la capacité à surmonter les obstacles auxquels ces petites entreprises sont confrontées et qui entravent la pleine participation à la formation. Nombre d'entre elles sont installées dans des régions dont, malgré l'afflux considérable des touristes pendant la saison haute, la population locale reste plutôt réduite et, par conséquent, la disponibilité à la formation limitée. De plus, ces petites entreprises ne disposent pas toujours des ressources (temps, fonds) nécessaires pour se lancer dans des processus d'apprentissage tout au long de la vie. Pour les raisons mentionnées ci-dessus, le cours s'adresse directement en ligne aux micro-entreprises et à leur personnel, sur une courte durée.

Le projet vise à aider les micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création et à répondre à leurs besoins. À ce titre, le projet est spécifique à ces secteurs et reste centré sur l'utilisateur, avec comme point de départ la délimitation des défis et des besoins de ces entreprises. Pour cette raison, le projet GRACE met l'accent sur le crowdsourcing (production participative) de leurs idées et de leurs besoins, et cela est visible dans toutes les activités, en vue de façonner des solutions d'éducation et de formation pouvant apporter des résultats tangibles et percutants. En dehors des petites entreprises, le cours est également pertinent et bénéfique aux formateurs d'adultes et aux organisations qui soutiennent le développement des compétences des apprenants adultes et des micro-entreprises.

Le projet GRACE offre une nouvelle approche pour combiner les compétences numériques, l'esprit d'entreprise de même que la pensée innovatrice et repose sur le fait que la numérisation encourage l'innovation et la créativité, principaux moteurs des entreprises de ces secteurs. Le projet suit **des approches ascendantes, participatives et sur plusieurs niveaux** dans la conception et l'application de l'intervention éducative. Les cours sont le résultat du processus transnational de co-conception : des ateliers de co-conception ont été organisés dans les pays participants avant la conception des cours. Les ateliers ont été organisés de manière à favoriser la participation active du groupe cible direct. Les représentants des petites et des micro-entreprises ont eu la possibilité de discuter de leurs craintes et de leurs préoccupations, d'exprimer leurs besoins spécifiques et de commenter les sujets et le contenu du module. Les contributions des participants pour la construction de modules pour la

plate-forme en ligne reposent sur l'accessibilité, l'horizontalité, la transparence et l'ouverture.

Sur la base de ces résultats, le cours élaboré comprend une composante pratique, en plus du contenu théorique. Cette composante pratique peut être construite au moyen de sessions de travail, où les participants doivent créer/préparer des produits (par exemple, un modèle d'entreprise, leur portefeuille en ligne, etc.), en utilisant des principes d'apprentissage basés sur des projets. Concernant la partie documentaire, des documents clairs et simples ont été élaborés, de sorte que l'attention et la motivation des apprenants puissent être captées facilement. Enfin, plusieurs vidéos ont été confectionnées dans le contexte du cours, offrant ainsi un matériel de formation alternatif et plus intéressant. Le matériel aborde également des études de cas et des exemples réels, ce qui rend le cours pertinent aux expériences et aux besoins du groupe cible.

Stratégie de prestation

Les activités de formation suivront des méthodologies d'apprentissage collaboratif en ligne et d'enseignement de l'innovation. Les activités d'apprentissage collaboratives engagent activement les apprenants, cela les aidant à assumer la maîtrise partagée et la responsabilité de leur apprentissage. Elles contribuent en outre à la création d'un sentiment de communauté et aident à combattre d'éventuels sentiments d'isolement et de déconnexion.

L'apprentissage collaboratif nécessite planification et préparation pour assurer son efficacité. Les stratégies d'apprentissage collaboratif de base en ligne sont, entre autres, les suivantes :

- **Favoriser un environnement inclusif et une communauté de classe :** La réussite de l'apprentissage collaboratif dépend du degré d'inclusion de la communauté, quand les apprenants se font confiance et se respectent les uns les autres. Il est important de penser à briser la glace entre les participants (par ex., échanger les prénoms, partager des points et des intérêts communs) afin de réchauffer l'atmosphère avant de commencer les activités.
- **Conception et planification intentionnelles :** Un apprentissage collaboratif efficace exige prévoyance et planification. Bien qu'il soit possible d'improviser en classe, il est indispensable de consacrer du temps avant la classe pour examiner les outils technologiques et pédagogiques disponibles pour mieux accompagner les objectifs d'apprentissage de l'activité.
- **Communiquer sur l'objectif et les attentes :** Les apprenants comprenant la raison et les étapes spécifiques d'action de l'activité donnée sont plus susceptibles de se sentir impliqués dans leur apprentissage. Soyez clair et explicite quant à l'objectif de l'activité proposée.
- **Collaborer avec les stagiaires :** L'un des principaux objectifs de l'apprentissage collaboratif étant d'inciter les stagiaires à s'impliquer activement dans leur propre apprentissage, en les

aidant à s'approprier le processus et l'expérience, il est important de favoriser la collaboration et l'interaction avec eux tout au long de l'apprentissage. Ce partenariat peut prendre plusieurs formes, selon les objectifs et le contexte de votre cours.

- **Mettre en œuvre des technologies spécifiques pour faciliter les activités d'apprentissage collaboratif** : Les outils technologiques pédagogiques que vous choisissez dépendent des objectifs de votre cours, des objectifs de l'activité spécifique, ainsi que du contexte du cours, par exemple une activité peut se terminer pendant le cours ou en dehors du cours.

Approche de la formation en ligne

La formation en ligne offre des expériences d'apprentissage avantageuses et optimisées au-delà de celles disponibles dans les salles de classe. Il s'agit de la prestation de toutes les activités d'éducation telles que l'instruction, l'enseignement et l'apprentissage grâce à divers médias électroniques. La conception d'une pédagogie appropriée, dont la sélection de théories et de principes pertinents, reste la clé du succès de l'apprentissage en ligne. Il est conseillé de suivre les cours pédagogiques suivants pour réussir l'apprentissage en ligne :

- Correspondance avec le programme d'étude : des objectifs clairs doivent être énoncés, la pertinence du contenu et des activités exécutées par les apprenants doit être assurée.
- Inclusion : les pratiques inclusives présentent une grande diversité, de même, il existe de nombreuses manières de les mettre en pratique efficacement en considérant les handicaps physiques, la diversité des groupes sociaux, ethniques et de genre.
- Engagement de l'apprenant : les apprenants doivent être engagés, impliqués et motivés, l'objectif des activités doit être éducatif et utile, et ne pas se limiter à une simple occupation des apprenants. Leur déroulement se doit d'être agréable, car il ne s'agit pas de provoquer des réactions émotionnelles indésirables, mais d'améliorer l'environnement et l'atmosphère de l'apprentissage.
- Apprentissage efficace : promouvoir un apprentissage personnalisé, l'autonomie de l'apprenant ; encourager la réflexion et la collaboration métacognitives, fournir un apprentissage authentique présentant de multiples perspectives sur un sujet.
- Prestation d'une évaluation formative et sommative dans le but d'améliorer et de noter les apprenants.
- Cohérence, constance et transparence : objectifs, contenu, activités, et évaluation correspondent les uns aux autres. L'utilisateur doit savoir précisément à quoi s'attendre.
- Facilité d'utilisation : l'usage doit être simple, accessible, intuitif, requérant peu de consignes

d'utilisation, et fournissant des conseils appropriés aux apprenants et aux enseignants.

Approche andragogique

L'éducation des adultes repose largement sur les hypothèses et les principes de l'approche constructiviste. Dans la méthodologie de formation GRACE quelques principes d'éducation des adultes ont été pris en considération. Le tableau suivant a pour but de guider le formateur sur l'application de ces principes dans la pratique.

Principes	Application
Les adultes ajoutent leurs expériences de vie et leurs connaissances au cadre éducatif. L'expérience est considérée comme une source de connaissances.	<ul style="list-style-type: none"> • L'expérience et les connaissances des adultes doivent être valorisées. • Les activités d'apprentissage doivent être conçues de manière à promouvoir l'utilisation de l'expérience et des connaissances antérieures.
Les adultes préfèrent généralement être autonomes, et suivre un apprentissage auto-dirigé	<ul style="list-style-type: none"> • Les apprenants adultes doivent pouvoir maîtriser leur processus d'éducation. Cela les renforce et les oblige à assumer plus de responsabilités et d'initiatives. • Le formateur doit agir en tant qu'animateur, coach et soutien, être capable de repérer les moyens d'impliquer les participants et d'obtenir des informations sur ce qu'ils souhaitent apprendre. • Une variété de facteurs motive les adultes tels que : aspirations, désirs ou intérêts personnels, attentes, espoir d'échapper à une situation. Par conséquent, des possibilités facilitant les apprenants à diriger leur propre apprentissage doivent être proposées. • Des outils et des modèles de plan d'action doivent être fournis aux apprenants pour les aider à développer, à concentrer leurs efforts auto-dirigés et à poursuivre leur apprentissage.
Les adultes ont besoin de développer une motivation intérieure plutôt qu'externe pour apprendre	<ul style="list-style-type: none"> • L'apprentissage doit répondre à leurs besoins, à leurs intérêts et à leurs problèmes réels, en d'autres termes, être significatif et pertinent. • Établir un lien entre le contenu de l'apprentissage et les objectifs à long terme de chaque apprenant, au travail et dans la vie semble indispensable.

<p>Les apprenants adultes sont axés sur les objectifs, la pertinence orientée et pratique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Des objectifs d'apprentissage clairs devront être établis et des explications sur les liens entre activités et objectifs. • Les apprenants doivent s'engager à identifier les défis auxquels ils sont confrontés et l'importance de relever ces défis. • L'apprentissage doit être directement applicable aux tâches professionnelles ou à d'autres responsabilités et se concentrer sur les compétences pratiques, les outils, les méthodes et la résolution de problèmes.
<p>Les apprenants adultes doivent se sentir respectés et se trouver dans un environnement d'apprentissage approprié</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le respect, la confiance et l'acceptation sont essentiels à la réussite de la formation des adultes. • Les apprenants doivent se sentir en sécurité pour participer librement, prendre des initiatives, expérimenter et s'exprimer.
	<ul style="list-style-type: none"> • Les erreurs sont accueillies et utilisées pour contribuer à l'amélioration et non tenues pour des défaillances. • La créativité et une ambiance agréable comptent, mais il s'agit d'équilibrer performances cognitives, stabilité et clarté de l'objectif. • La richesse des connaissances et des expériences apportées par les participants à la formation doit être prise en compte. • Il est nécessaire que les participants puissent exprimer librement leurs points de vue.
<p>Les adultes préfèrent un apprentissage actif</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Plus l'apprenant est activement engagé, plus l'apprentissage est important. • Les méthodes et techniques de formation variées ont un taux de rétention plus élevé.
<p>Les adultes souhaitent être guidés</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les adultes recherchent des informations qui les aideront à améliorer leur situation. • Les adultes ne veulent pas qu'on leur dicte leurs actions, mais ils désirent choisir des options en fonction de leurs besoins.

2.1 Résultats d'apprentissage

Le projet inclura directement dans ses activités 100 représentants des micro-entreprises. Grâce à leur participation à la plate-forme éducative, le projet envisage d'accroître les compétences numériques adaptées à leur secteur d'activité, de fournir des connaissances pratiques et des outils pour l'entrepreneuriat numérique. Les micro-entrepreneurs apprendront à commercialiser à l'ère numérique, à élargir leurs connaissances à l'aide d'outils en ligne, à développer leur créativité et des conceptions innovantes. Le tableau suivant offre une vue d'ensemble des modules de la formation et une brève description. À la section 4.1, des détails sont fournis sur les plans des sessions, les objectifs d'apprentissage complémentaires liés aux connaissances, aux compétences, et les comportements.

Module 1	Introduction : Comprendre l'entrepreneuriat numérique dans le secteur de la culture et de la création
Brève description	Introduction à l'entrepreneuriat numérique dans le secteur de la culture et de la création, définition des concepts clés et présentation de la situation actuelle dans les pays participants et en Europe au sujet de la numérisation dans ce secteur.
Objectifs d'apprentissage	À la fin de ce module, l'apprenant : <ul style="list-style-type: none"> • Aura acquis une bonne compréhension des tendances et des opportunités d'avenir • Aura été exposé à des exemples d'entrepreneuriat numérique de ce secteur

Module 2	Commercialisez en ligne vos activités culturelles et de création
Brève description	<p>Fournir une formation sur les éléments essentiels du marketing en ligne, c.-à-d. la vente de produits et de services par des moyens numériques. Ce deuxième module examine de près les besoins du micro-entrepreneur du secteur de la culture et de la création et présente une formation sur mesure pour l'aider à créer une entreprise en ligne avec un potentiel de croissance. Il s'agit d'un module pratique, d'un mode d'emploi qui fournira des réponses aux questions clés concernant le marketing en ligne des micro-entreprises.</p> <p>Il est nécessaire que les apprenants aient déjà une expérience de la navigation sur Internet et qu'ils soient familiarisés avec les transactions en ligne (via les services bancaires en ligne, etc.).</p>
Objectifs d'apprentissage	<p>À l'issue de ce module, les participants seront en mesure de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les bases indispensables du marketing en ligne en mettant l'accent sur les caractéristiques des secteurs de la culture et de la création. • Connaître les exigences de la mise en place et de la maintenance d'une boutique en ligne en tenant compte des caractéristiques du secteur CC et du contexte du pays • Se sentir en confiance pour installer et faire fonctionner une entreprise en ligne • Pouvoir identifier les boutiques en ligne (par ex. etsy.com) • Avoir une bonne connaissance des avantages, des inconvénients, des menaces, des opportunités du marketing en ligne, et des règles de sécurité
Module 3	Présence numérique et gestion de contenu : faites la promotion de votre entreprise en ligne
Brève description	<p>Le troisième module de ce cours est axé sur le branding numérique et le développement de contenu sur les médias sociaux. Les économies d'aujourd'hui sont en perpétuelle évolution étant donné la transformation numérique et les progrès technologiques. On sait que les entreprises restant à l'écart de la vague numérique seront en position défavorable dans l'économie future. L'objectif de ce module est de fournir une formation pratique sur mesure sur la façon de créer à partir de zéro une présence numérique et de la maintenir avec un minimum de fonds.</p>

Objectifs d'apprentissage	<p>À l'issue de ce module, les participants seront en mesure de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les concepts clés, les outils et les plates-formes pour promouvoir numériquement leur entreprise • Connaître les avantages et les inconvénients de la création et du maintien d'une présence numérique (site Web, médias sociaux) • Saisir les éléments essentiels de l'élaboration d'une stratégie de marketing numérique en fonction de leurs besoins, de leur vision et de leurs capacités
	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place des comptes de médias sociaux et créer du contenu afin de maintenir la visibilité de l'entreprise
Module 4	Collaboration et réseau
Brève description	<p>L'innovation et l'extraversion sont des facteurs cruciaux assurant la viabilité et la croissance des micro-entreprises. Ainsi, les micro-entreprises peuvent trouver de nouveaux marchés pour leurs biens et services et des collaborateurs, affiner leur capital d'innovation, créer des synergies. Mais comment peuvent-ils élaborer une approche de collaboration et de réseautage qui réponde à leurs besoins et à leur profil et la maintenir ? C'est l'objectif d'enseignement aux micro-entrepreneurs dans le secteur de la culture et de la création.</p>
Objectifs d'apprentissage	<p>À la fin de ce module, les participants seront en mesure de :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier les avantages du réseautage et de la collaboration pour les micro-entreprises de la culture et de la création • Améliorer leurs compétences en réseautage et les adapter aux besoins et aux caractéristiques de leur secteur • Développer et démarrer une stratégie de réseau

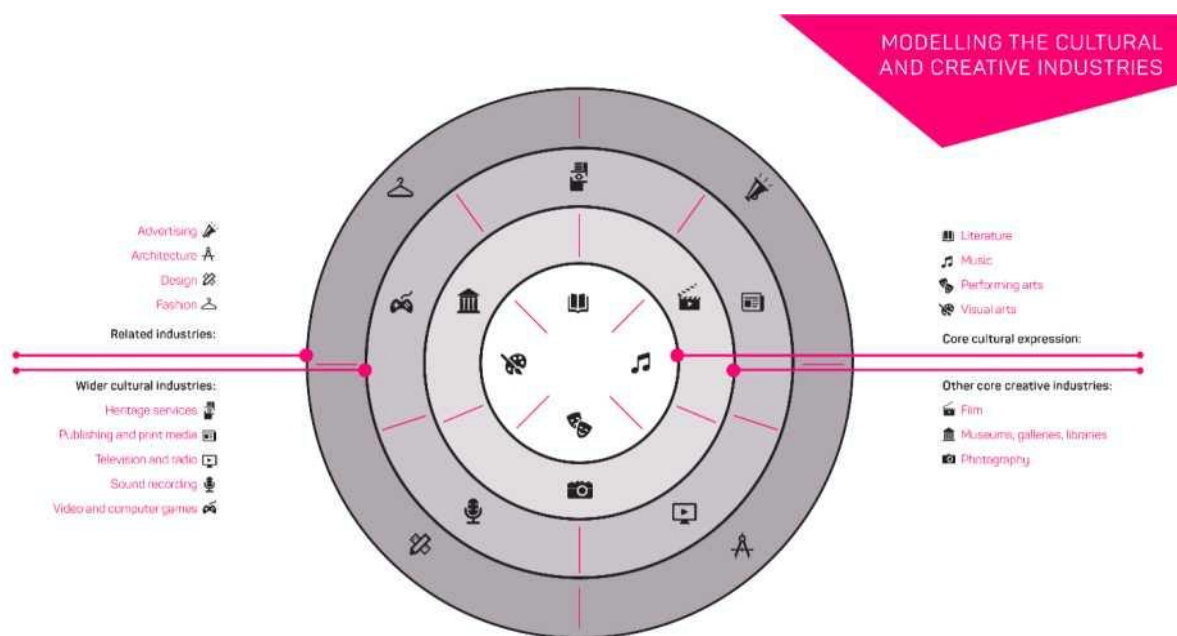
3. Mobiliser les apprenants

La troisième étape de cette méthodologie vise à profiler les apprenants du cours GRACE et à fournir des stratégies pour les aider à s'engager, avant la formation et pendant les sessions d'introduction, à créer un environnement d'apprentissage adapté.

3.1 Description du profil des apprenants

Le projet GRACE a comme objectif d'équiper les micro-entrepreneurs des secteurs de la culture et de la création de compétences numériques pour un positionnement réussi de leur entreprise à l'ère numérique, l'amélioration de leur compétitivité et leur croissance. Cet objectif spécifique est également abordé par le cours en ligne développé dans le cadre du projet. Ainsi, le cours GRACE concerne un **groupe cible bien défini** composé d'entrepreneurs dirigeant une micro-entreprise du secteur culture et création et **des membres du personnel** de ce type d'entreprises.

Le théâtre, les arts visuels, le cinéma, la télévision, la radio, la musique, l'édition, les jeux informatiques, les nouveaux médias, l'architecture, le design, la mode et la publicité font tous partie des industries de la culture et de la création.



Extrait de la page Web Culture et créativité [webpage](#)

En effet, le cours est consacré aux micro-entrepreneurs et aux membres du personnel dont les

entreprises ont été **touchées par la pandémie de la COVID-19**, période de forte stagnation pour eux. À la lumière des éléments de recherche recueillis et des groupes de discussion menés dans les pays partenaires, on a constaté que les petites entreprises sont plus susceptibles d'avoir une faible présence numérique, et donc une portée et visibilité réduites. Le profil de l'apprenant montre que les micro-entrepreneurs/membres du personnel possèdent des niveaux de formation différents et appartiennent à des groupes d'âge divers. En outre, on a remarqué que des membres du groupe cible peuvent posséder des compétences numériques, tandis que d'autres ignorent encore comment démarrer une présence en ligne de leur entreprise. Cependant, malgré la diversité des niveaux de connaissance, les résultats des groupes de discussion ont mis en évidence la nécessité d'un cours gratuit et accessible s'intéressant aux premiers pas dans la numérisation entrepreneuriale.

3.2 Stratégies pour impliquer les apprenants avant la formation

Comme le cours se déroule en ligne, une bonne stratégie d'implication des apprenants avant la formation s'avère indispensable.

En premier lieu, l'interaction initiale des apprenants avec le cours joue un rôle central. Il est donc nécessaire de mener une campagne de promotion globale. Avant de choisir la bonne stratégie de publicité, il convient de mener une enquête sur le contexte national de la numérisation des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création. Les questions devant être abordées au cours de cette analyse sont les suivantes :

- Comment puis-je optimiser la portée de ma campagne pour être visible par mon groupe cible ?

Exemples :

Publicités payantes sur les réseaux sociaux

Affiches exposées dans des lieux clés (théâtre, place de marché pour les produits faits main, etc.)

Marketing par le bouche-à-oreille

Utilisation de groupes de médias sociaux dédiés aux petits entrepreneurs (Facebook et LinkedIn)

- Dois-je effectuer ma publicité en ligne ? Hors ligne ? Ou devrais-je choisir une stratégie mixte ?

Exemples :

Dans ce cas, l'approche mixte pourrait atteindre un public plus large. La publicité en ligne sur les principaux réseaux sociaux utilisés par les petites entreprises (Instagram, Facebook, LinkedIn) peut rendre le cours visible aux entrepreneurs possédant déjà des connaissances de base sur la présence

numérique. Cependant, la publicité hors ligne (par le biais de dépliants, affiches et autres supports visuels) partagée dans des lieux publics (événements culturels, salons de création) fréquentés par les entrepreneurs cible les moins familiers avec le monde numérique.

- Quels acteurs pourraient donc m'aider à atteindre mon groupe cible ? Puis-je faire participer certains d'entre eux à la promotion du cours ?

Exemples :

Contactez les ONG culturelles, le ministère de la Culture, les universités d'art ou autres instituts culturels. Leur public, déjà formé, peut soutenir votre initiative et promouvoir le cours auprès de leurs communautés.

B Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Après avoir répondu à ces questions clés, l'élaboration de la stratégie de publicité peut être menée et mise en œuvre.

Deuxièmement, à la lumière de la promotion de ce cours, les participants devront remplir un formulaire d'inscription. Ce formulaire joue également un rôle essentiel et constitue un moyen d'interagir avec vos autres participants. Assurez-vous de l'accessibilité du formulaire, de la clarté du contenu des informations et de son attractivité auprès du lecteur. De plus, pour établir votre lien avec les stagiaires potentiels, incluez dans le formulaire une section qui réponde aux attentes de ceux qui le lisent et le complètent.

Troisièmement, il est essentiel que l'éducateur/formateur s'engage avec le participant éventuel après avoir rempli le formulaire d'inscription. Pour ce faire, procédez comme suit :

- Après l'inscription, envoyez un courriel de confirmation à chaque personne qui a rempli le formulaire d'inscription.
- Un courriel contenant des informations supplémentaires sur le cours peut également être envoyé pour susciter davantage de curiosité. Cette étape peut être accomplie par l'envoi de documentation, de vidéos inspirantes en rapport avec les sujets abordés pendant le cours (par ex., des articles nationaux sur la numérisation des petites entreprises, des exemples de bonnes pratiques sur le sujet, des vidéos TEDx pouvant inspirer les apprenants).
- Assurez-vous que les participants éventuels sont bien informés de l'objectif de la formation, afin d'éviter tout abandon. Soyez clair dans votre communication en ligne concernant le groupe cible, les objectifs et la structure de la formation.
- Quelques jours avant le début du cours, contactez toutes les personnes inscrites sur le formulaire

d'inscription et confirmez leur participation.

2.2 Stratégies pour impliquer les apprenants pendant les sessions

La participation des apprenants aux sessions du cours est essentielle pour maximiser le potentiel de la formation. À cet égard, il est suggéré de suivre les instructions suivantes :

1) Compétences initiales et liste des attentes

Il est important que le formateur/éducateur connaisse le niveau de connaissance des apprenants. À ce sujet, une discussion orale sur les compétences numériques des apprenants au commencement du cours peut s'avérer intéressante (voir l'exemple ci-dessous).

B Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Exemples :

Le formateur peut commencer par une table ronde (plénière), où tous les apprenants doivent fournir une réponse aux points suivants :

- Décrivez votre entreprise en quelques phrases (objet de l'entreprise, groupe cible, date de lancement)
- Comment rendre visible votre entreprise ? Quels canaux de communication utilisez-vous ?
- Possédez-vous des compétences numériques/avez-vous participé à une préparation à cet égard ?

Au-delà de la découverte des compétences des apprenants, cet exercice pourrait constituer une première étape pour les mettre en réseau et faire connaissance entre eux.

En outre, au tout début, il est essentiel de recueillir les attentes des apprenants concernant les capacités et les informations à acquérir durant le cours et les informations (voir l'exemple ci-dessous). Le formateur doit orienter les sessions intermédiaires suivantes en direction de ces attentes.

Exemples :

Utilisez l'outil Mentimeter en ligne. Le formateur va créer un tableau comportant la question suivante : « Quelles sont vos attentes concrètes au sujet du cours GRACE ? » Qu'aimeriez-vous apprendre ? » Les apprenants auront environ 5 minutes pour répondre à la question et soumettre leurs réponses. Après cette étape, le formateur prendra l'initiative et discutera des résultats.

Étant donné qu'une évaluation des connaissances et des compétences est également une méthode d'évaluation, le formateur peut revoir la réponse des apprenants pour aboutir à des conclusions fondées sur les données (voir chapitre 5).

2) Trois sessions synchrones intermédiaires

Le matériel en ligne sera complété par trois sessions intermédiaires dispensées par

l'éducateur/formateur, comprenant des activités interactives et pratiques. Au cours de ces sessions, le formateur peut également recueillir des commentaires sur les documents et fournir des explications complémentaires si nécessaire.

3) Groupes de discussion en ligne (nationaux et internationaux)

Les groupes de discussion en ligne disponibles en permanence sur la plate-forme constituent un autre instrument pour les apprenants contribuant à leur engagement. Sur le site Internet, chaque stagiaire aura la possibilité de rejoindre un groupe national (celui attribué à son pays), 28

B Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

dont la communication sera dans la langue nationale. En outre, ils auront la possibilité de rejoindre le groupe international général, rassemblant tous les participants et où la communication sera effectuée en anglais. Les participants seront invités à considérer ces groupes tout au long du cours et encouragés à les utiliser. Il a été prouvé que le dialogue entre pairs accroît la motivation.

4) Un suivi constant des apprenants

Par ailleurs, les apprenants doivent avoir l'opportunité de soulever des questions et d'interagir avec l'éducateur/formateur dès que nécessaire. Cela peut s'effectuer de différentes façons : par l'intermédiaire d'une discussion individuelle sur la plate-forme et l'organisation de moments consacrés à des questions-réponses.

4. Mise en œuvre du cours

La quatrième étape vise à familiariser les formateurs de l'EFP avec le contenu du cours, à optimiser son application en fournissant des outils pour sa mise en œuvre, comme des plans de sessions, avec titre, durée, objectif général, résultats d'apprentissage spécifiques et contenu. Des indications spécifiques pour chaque module seront fournies.

4.1 Plans de sessions

Module 1			
Titre	Introduction : Comprendre l'entrepreneuriat numérique dans les secteurs de la culture et de création		
Description	Ce premier module a pour but de présenter à l'apprenant l'entrepreneuriat numérique dans le secteur de la culture et de la création. Il définira des concepts clés, présentera la situation actuelle des pays participants et en Europe plus généralement en termes de numérisation dans ces secteurs.		
Objectifs	<p>À la fin de ce module, l'apprenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> -> Aura la capacité de comprendre et d'appliquer les concepts clés de l'entrepreneuriat numérique -> Aura acquis une compréhension complète des tendances et des opportunités d'avenir -> Aura été exposé à des exemples d'entrepreneuriat numérique de ce secteur 		
Résultats d'apprentissage	Connaissances <ul style="list-style-type: none"> • Comprendre les concepts clés de l'entrepreneuriat numérique 	Compétences <ul style="list-style-type: none"> • Être en mesure d'identifier les différences entre entrepreneuriat numérique et 	Comportements <ul style="list-style-type: none"> • Surmonter les stéréotypes sur l'entrepreneuriat numérique dans le secteur de la

		conventionnel	culture et de la création
Compétences requises	<ul style="list-style-type: none"> ○ confiance en soi ○ réflexion critique 		
Unités/contenu du module	<p>1.1 Esprit d'entreprise numérique - (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce qu'un entrepreneur dans le numérique ? • Différences avec un entrepreneur classique • Qu'est-ce que l'entrepreneuriat numérique dans les secteurs de la culture et de la création ? • Définition, exemples <p>1.2 Facteurs clés pour devenir un entrepreneur numérique dans les secteurs de la culture et de la création</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identification et analyse des facteurs clé <p>1.3 Perspectives d'avenir (ppt)</p> <p>Perspectives sur le marché, opportunités dans les secteurs de la culture et de la création</p> <p>1.4 Quiz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce qu'un entrepreneur numérique ? 		

1. **Dyade de 40 minutes** - cette activité peut être utilisée en grands groupes avec la présence d'un animateur/éducateur.

Durée : 40 minutes

Nombre de participants : max 16

Face à face / en ligne synchrone

Les participants comprendront le rôle de leur propre personnalité dans leur transformation en entrepreneurs numérique.

- Commencez l'exercice par un jeu dynamisant de votre choix, puis présentez l'activité aux participants. Expliquez qu'il est essentiel d'être conscient de qui nous sommes en tant que chefs d'entreprise / professionnels.
- Demandez aux participants de s'asseoir face à face en binôme.
- Expliquez que chaque paire se parlera à tour de rôle. Pendant cinq minutes, une seule personne parle : la seconde écoute, puis c'est le tour de l'autre de parler pendant les cinq minutes suivantes. Effectuez cette opération sur quatre tours - cela doit prendre 40 minutes (à ajuster selon les limites de temps).
- Demandez aux participants de choisir l'une des affirmations suivantes. Chaque paire discute ensuite tour à tour sur l'énoncé choisi au début du premier tour (ainsi, les deux seront interrogés une première fois). Après le premier tour, les participants poursuivent leur sujet.

Exemples d'affirmations :

- *Je possède (ou non) les compétences nécessaires pour transférer mon entreprise en ligne.*
- *La pandémie a touché mon entreprise*

- *Je n'ai pas le sentiment d'être un entrepreneur en numérique*
- *J'ai beaucoup d'espoir pour l'avenir de mon entreprise.*

Après quatre séries de discussions, réunissez tout le groupe. Demandez-leur ce qu'ils ressentent après l'exercice et ce qu'ils ont vécu. Aborder les notions qui ont fait l'objet de discussions.

Cette activité offre aux gens l'occasion de partager leur dialogue interne avec quelqu'un qui est à l'écoute. Cela permet à leurs propres idées de s'éclaircir, un peu comme quand on s'exprime à haute voix, la signification des mots devient plus évidente ; mais, il est également rare d'avoir quelqu'un à l'écoute pendant plus de 20 minutes. Cet exercice renforce la confiance et l'écoute active.

2. **Position de bande** : cette activité contribue à la réflexion critique et à la consolidation de la résilience

Durée : 30 minutes

Nombre de participants : max 20-25

Face à face

- Pour cette activité, vous aurez besoin d'un ruban adhésif placé sur le sol.
- Vous demanderez aux participants de se placer sur la bande.
- Vous lirez quelques affirmations concernant l'entrepreneuriat numérique/la pandémie et la façon dont elle a affecté leurs activités
- Les participants en accord avec l'affirmation feront un pas en avant. En cas de désapprobation, ils feront un pas en arrière, et s'ils hésitent ou si cela ne s'applique pas à eux, ils peuvent rester à leur place.
- Donnez-leur quelques minutes pour noter la position des autres participants
- Prenez ensuite quelques minutes, discutez-en puis demandez-leur si quelqu'un veut partager son opinion / expérience.

Exemple d'affirmations :

- Je comprends les concepts clés de l'entrepreneuriat numérique
- Je comprends l'importance des compétences numériques pour mon entreprise
- Je connais les différences avec un entrepreneur conventionnel
- Je saisis les tendances et les opportunités d'avenir
- Je comprends comment les compétences numériques vont profiter à mon activité
- Je comprends que les compétences numériques sont importantes pour les industries de la culture et de la création

Vous pouvez utiliser des affirmations supplémentaires qui vous viennent à l'esprit et liées au module, ou des affirmations utiles aux participants.

Une autre version pourrait être de demander aux participants de faire part de leurs pensées et de leurs expériences concernant la pandémie et de la façon dont elle les a touchés, eux et leurs activités. Ensuite, les autres participants feront un pas en avant s'ils approuvent, ou un pas en arrière s'ils désapprouvent, puis pourront partager leur opinion et en discuter.

	Cet exercice peut également être effectué individuellement, chaque participant lisant les affirmations et notant s'il est d'accord ou non. Cet exercice contribue à la communication, à la résolution de problèmes et à la réflexion critique
Méthodes d'enseignement	L'ensemble du cours est basé sur la méthode d'e-learning. Deux techniques peuvent être appliquées de manière distincte ou associée : A) Sychrone Présentations PPT (power point), discussion, questions et réponses B) Asynchrone Présentations PPT, étude adaptée au rythme de chacun
Ressources requises	Ordinateur portable ou PC, connexion Internet, bande papier (pour l'activité d'apprentissage)
Évaluation	Quiz • 5-10 questions
Durée	y Etude : 1 heures y Quiz : 30 minutes
Conseils pour le formateur	Il s'agit d'un module d'introduction destiné à familiariser les apprenants avec les définitions et les concepts. C'est une approche théorique qui ne doit pas entrer dans trop de détails. Les apprenants sont issus principalement des secteurs de la création, de la culture et des affaires, qui sont appliqués et pratiques. Ce module, en tant que base théorique, aide les apprenants se former une idée claire des différents concepts avant d'aborder les sujets plus pratiques des modules suivants.
Module 2	
Titre	Commercialisez en ligne vos activités culturelles et de création
Description	Ce deuxième module permettra aux participants d'acquérir les bases indispensables du marketing en ligne pour développer leur entreprise, comme la vente de produits et de services grâce aux outils du numérique. Ce deuxième module, examinant de près les besoins du micro-entrepreneur du secteur de la culture et de la création, présente une formation sur mesure pour l'aider à créer une entreprise en ligne possédant un potentiel de croissance. Il s'agit d'un module pratique, une sorte de mode d'emploi qui fournira des réponses aux questions clés concernant le marketing des micro-entreprises en ligne.

Objectifs

À l'issue de ce module, les participants seront en mesure de :

- > Comprendre les bases indispensables du marketing en ligne en mettant l'accent sur les caractéristiques du secteur concerné
- > Connaître les exigences de la mise en place et de la maintenance d'une boutique en ligne en tenant compte des caractéristiques du secteur CC et du contexte du pays
- > Se sentir confiant pour installer et gérer une entreprise en ligne
- > Se familiariser avec les boutiques en ligne (par ex. etsy.com)
- > Avoir une bonne connaissance des avantages, des inconvénients, des menaces et des opportunités du marketing en ligne, et aussi des règles de sécurité

Résultats d'apprentissage	Connaissances <ul style="list-style-type: none"> Comprendre globalement le fonctionnement de l'entrepreneuriat numérique du secteur culture et création 	Compétences <ul style="list-style-type: none"> Mettre en place une boutique numérique sur des plateformes spécifiques 	Comportements <ul style="list-style-type: none"> Surmonter les stéréotypes sur l'entrepreneuriat numérique dans le secteur culture et création
Compétences requises	<ul style="list-style-type: none"> confiance en soi prise de décision résolution de problèmes la pensée créative gestion et contrôle sens de la responsabilité 		
Unités/contenu du module	<p>2.1 Les bases de la vente de biens et de services en ligne (ppt) Cette unité introductive apportera des définitions clés, accompagnées d'une vue d'ensemble des tendances actuelles du marché, et présentera les avantages et les inconvénients de la vente de biens/services en ligne.</p> <p>2.2 Un guide étape par étape sur la façon de vendre en ligne et de créer une boutique en ligne (vidéo, tutoriel)</p> <ul style="list-style-type: none"> Choisir un nom de domaine - pourquoi c'est important Taxes et obligations fiscales selon le pays Comment gérer le contenu et les transactions Exemples de problèmes/obstacles et solutions à apporter <p>2.3 Marchés en ligne à utiliser (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> Etsy.com EBay <p>2.4 Propriété intellectuelle et sécurité sur le marketing en ligne (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> Comment protéger votre propriété intellectuelle Comment effectuer des transactions en ligne sécurisées <p>2.5 Quiz à choix multiples</p> <p>2.6 Ressources complémentaires et assistance Liens vers des ressources au niveau national et européen concernant le soutien à la création d'une boutique en ligne : blogs et exemples, agences nationales de réglementation sur la propriété intellectuelle et le e-commerce.</p>		

Activités d'apprentissage
et compétences de vie en
ligne

1. Votre philosophie du travail en cent mots

Durée : 40 minutes

Nombre de participants : pas de limite

Face à face / en ligne synchrone et asynchrone

Le but est de décrire votre philosophie de travail en cent mots - ni plus ni moins. Ce texte prendra la forme qui vous convient, un énoncé de valeurs, une liste d'instructions ou autre.

Notez vos croyances et valeurs fondamentales au sujet de votre entreprise. Pensez aux expériences ayant eu un impact significatif sur votre entreprise et aux conseils que vous avez reçus. D'après vos expériences, quelle est votre philosophie de travail ?

Cette activité peut aussi aider quant aux valeurs qui fondent votre entreprise et vous permettre de créer une philosophie personnelle pour appuyer vos convictions et réalisations.

Donnez aux participants environ une demi-heure. Une fois leur texte rédigé, vous pouvez demander si quelqu'un désire partager sa philosophie de travail.

Cet exercice peut aider à développer la confiance en soi et la pensée créative, à assumer la responsabilité, à améliorer la gestion et la maîtrise.

2. Règles de base

Il est important d'avoir des règles de base dans tous les environnements et tous les secteurs.

Durée : 20 minutes

Nombre de participants : max 20 **face à face / en ligne synchrone**

- Placez le papier sur le tableau de conférence et les marqueurs dans la salle de classe. Demandez aux participants de former des groupes de trois, et dites-leur de discuter pour convenir d'une liste de règles de base utiles lors de l'ouverture d'une boutique en ligne.
- Demandez aux participants de faire des commentaires au groupe élargi et de justifier leurs choix.
- Comparez leurs règles de base avec les exemples de règles de base.

La discussion comparative doit inclure certains des éléments suivants :

Les règles de base nous donnent un cadre de référence auquel nous pouvons nous référer en cas de problème.

Les règles de base offrent un environnement de travail sûr et efficace.

Les règles de base offrent une plus grande clarté des limites.

Les règles de base peuvent être mises en œuvre dans de nombreux aspects de la vie d'une personne.

Une variante de cet exercice serait de former des petits groupes qui, chacun, proposeront leurs propres règles/directives de base pour le développement d'une boutique en ligne. Ensuite, on peut discuter des règles qui ont été établies, puis les comparer.

Cet exercice développe compétences de résolution de problèmes, pensée créative, prise de décision, gestion et maîtrise.

Note pour les animateurs

Pour l'activité cent-mots-pour-une-philosophie-de-travail, il serait utile aux participants que vous ayez préparé votre propre philosophie de travail. Ainsi, au cas où vous feriez face à la réticence des participants à partager la leur, vous pourrez commencer par la vôtre. Cela les encouragera à partager leurs convictions et valeurs.

Nous vous recommandons d'utiliser la philosophie de travail en cent mots avant le module. Ainsi, les participants seront incités à partager leur philosophie de travail et vous en tiendrez compte tout en continuant le module. Une fois le module terminé, vous pourrez utiliser l'activité sur les règles de base comme une révision sur ce qu'

	il faut faire si vous souhaitez ouvrir une boutique en ligne tout en restant fidèle à votre philosophie de travail.
Méthodes d'enseignement	L'ensemble du cours est basé sur la méthode d'e-learning. Deux techniques peuvent être appliquées de manière distincte ou associée : C) Sychrone Présentations PPT, vidéos, discussions, questions et réponses D) Asynchrone Présentations PPT, vidéos, étude adaptée au rythme de chacun
Ressources requises	Laptop ou PC, connexion Internet, papier blanc A4, tableaux de conférence, marqueurs, marqueurs de couleur (activité d'apprentissage) Il est nécessaire pour les apprenants d'avoir une expérience préalable de la navigation sur Internet et d'être familiarisés avec les transactions en ligne (via les services bancaires en ligne, etc.).
Évaluation	Quiz à choix multiples <ul style="list-style-type: none"> • 8-10 questions
Durée	y Étude : 4 heures y Quiz et exercices : 2 heures
Conseils pour le formateur	Il s'agit d'un module pratique qui guide les apprenants dans la création de leur propre entreprise/boutique numérique. L'unité 2.3 se concentre principalement sur deux des plates-formes grand public de boutiques en ligne du secteur culture et création. Ce n'est pas tout, car, à la fin de cette unité particulière, d'autres alternatives sont proposées pour approfondir. Ce module donne les bases aux professionnels du secteur création et culture désireux de transférer leur entreprise en ligne pour la première fois. Il ne s'agit pas d'une formation de niveau avancé.
Module 3	
Titre	Présence numérique et gestion de contenu - faites la publicité de votre entreprise en ligne
Description	Le troisième module de ce cours est axé sur l'image de marque numérique et le développement de contenu sur les médias sociaux pour aider le développement de votre entreprise. Les économies d'aujourd'hui sont en perpétuelle évolution étant donné la transformation numérique et les progrès technologiques. On sait que les entreprises restant à l'écart de la vague numérique seront en position défavorable dans l'économie future. L'objectif de ce module est de fournir une formation pratique sur mesure sur la façon de créer à partir de zéro une présence numérique et de la maintenir avec un minimum de fonds.

Objectifs

À l'issue de ce module, les participants seront en mesure de :

- > comprendre les concepts clés, les outils et les plates-formes pour promouvoir numériquement leur entreprise
- > connaître les avantages et les inconvénients de la création et du maintien de la présence numérique (site Web, médias sociaux)
- > comprendre comment élaborer une stratégie de marketing numérique selon les besoins, la vision et les capacités
- > avoir les compétences nécessaires pour configurer facilement des comptes de réseaux sociaux et créer du contenu pour maintenir la visibilité de leur entreprise

<p>Résultats d'apprentissage</p>	<p>Connaissances</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avoir une compréhension globale de la nécessité d'avoir une présence numérique en tant qu'entrepreneur de la culture et de la création 	<p>Compétences</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pouvoir créer une identité professionnelle numérique • Pouvoir développer une stratégie d'identité commerciale numérique selon les besoins de l'entreprise • Se sentir en confiance dans la publicité numérique 	<p>Comportements</p> <ul style="list-style-type: none"> • Changer les perspectives au sujet de l'identité numérique en tant qu'entreprise de la culture et la création
<p>Compétences requises</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ compétences sociales ○ confiance ○ prise de décision ○ résolution de problèmes ○ compétences en communication ○ pensée créative ○ réflexion critique ○ sens de la responsabilité 		

Unités/contenu du module	<p>3.1 Introduction des micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création au marketing numérique (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compréhension des concepts et des idées clés • Stratégies de marketing numérique pour les entreprises du secteur culture et création <p>3.2 Penser stratégiquement (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les bases de l'élaboration d'une stratégie marketing numérique • Pensez de manière stratégique : ce qu'il faut prendre en compte pour élaborer votre propre stratégie <p>3.3 Créer, améliorer la présence sur les réseaux sociaux (tutoriel vidéo)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un guide étape par étape pour configurer les comptes de réseaux sociaux avec conseils et assistance sur la façon de créer du contenu et d'améliorer la visibilité sur les réseaux sociaux • Identifier les médias sociaux pertinents pour votre travail <p>3.4 Se sentir en sécurité en ligne (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Éviter les spams et les bots • Conditions générales • Problèmes de sécurité <p>3.4 Activité d'apprentissage : Esquissez votre propre stratégie de marketing numérique</p> <p>La dernière activité du module demande aux apprenants de décrire leur propre stratégie de marketing numérique selon leurs objectifs, leurs ressources et des résultats escomptés.</p>
Activités d'apprentissage et compétences de vie en ligne	<p>1. <u>Analyse personnelle des FFOM (forces, faiblesses, opportunités, menaces)</u> durée : 40 minutes Nombre de participants : max 20</p>

Face à face / en ligne synchrone et asynchrone

Identifiez vos points forts en vous demandant

En quoi êtes-vous bon naturellement ?

Quelles capacités avez-vous acquises ?

Quels sont vos talents ou vos dons naturels ?

Identifiez vos faiblesses

Y a-t-il un aspect de votre expertise qui pourrait être amélioré ?

Lesquels de vos défauts sont perçus par votre entourage (collègues, partenaires, employés) ?

Quels sont les domaines dans lesquels vous pourriez vous améliorer, selon votre entourage ?

Au sujet des opportunités, examinez les facteurs externes à utiliser pour élever votre entreprise grâce à l'acquisition de compétences numériques. Parmi les questions à prendre en compte, citons :

En quoi ces nouvelles compétences numériques vous aideront-elles ?

Quelle est la situation des entreprises qui travaillent en ligne ?

Quelles nouvelles opportunités se présenteront à vous ?

Examinez toutes les menaces et obstacles auxquels vous pourriez être confrontés lorsque vous vous connectez. Cette section examine les éléments externes susceptibles d'affecter votre capacité à atteindre vos objectifs. Réfléchissez aux questions suivantes :

Connaissez-vous les menaces potentielles en ligne ?

Y a-t-il beaucoup de concurrence en ligne ?

Quelle est la menace externe la plus importante pour votre entreprise si vous travaillez en ligne ?

Cet exercice peut aider à résoudre des problèmes, à renforcer la confiance en soi, à réfléchir de manière critique et créative.

2. Comment vous décririez-vous en tant que professionnel /chef d'entreprise ?

Durée : 20 minutes

Nombre de participants : pas de limite

Face à face / en ligne synchrone et asynchrone

Prenez le temps de réfléchir avant de répondre. Comment vous décririez-vous en tant que chef d'entreprise ?

Pensez à la façon dont vous vous décririez à un étranger.

Essayez d'être aussi objectif que possible.

Notez les caractéristiques essentielles qui définissent votre identité en tant que professionnel.

Essayez de réfléchir aux façons dont ces caractéristiques vous ont aidé.e dans des situations difficiles, ou d'autres qui vous ont contraint.e à acquérir de nouvelles connaissances liées à votre entreprise.

	<p>Notez la première et la plus sûre des réponses qui vous vient à l'esprit, celles qui vous font dire : « Cela, c'est bien moi ».</p> <p>Sans autocensure, ni limitations ou inhibition, écrivez une réponse à l'affirmation suivante : « Pensez à votre vie professionnelle future quand vous aurez 109 ans. Imaginez que, professionnellement, tout s'est très bien déroulé. Vous avez travaillé dur et réussi à atteindre tous vos objectifs professionnels. Pensez à cela comme à la réalisation de tous vos rêves. Maintenant, écrivez tout ce que vous avez imaginé. » Imaginez maintenant, que, arrivé à 109 ans, vous avez accès à une machine à remonter le temps. Ils ont sauté dans cette machine à remonter le temps et sont arrivés à ce moment précis. Ils sortent, s'assoient à côté de vous et vous prodiguent des conseils. Que pourraient-ils vous dire ?</p> <p>Vous pouvez écrire les réponses sous forme de lettre à vous-même que vous relirez chaque fois que vous vous sentirez désespéré ou dépassé. Cela peut être un rappel de tout ce que vous avez déjà accompli, les difficultés que vous avez surmontées, et vous rappellera que, comme maintenant, alors que vous rencontrez des difficultés insupportables, vous avez dû et pu faire face à des obstacles similaires auparavant.</p> <p>Cette activité peut vous aider à résoudre des problèmes, à avoir une confiance en soi critique et à faire preuve de créativité.</p>
Méthodes d'enseignement	<p>L'ensemble des cours s'appuie sur la méthode d'e-learning. Deux techniques peuvent être appliquées de manière distincte ou associée :</p> <p>E) Sychrone Présentations PPT, vidéos, discussions, questions et réponses</p> <p>F) Asynchrone Présentations PPT, vidéos, étude adaptée au rythme de chacun</p>
Ressources requises	<p>Ordinateur portable ou PC, connexion Internet, feuilles de papier blanc A4, stylos (pour l'activité d'apprentissage)</p>
Évaluation	<p>Activité d'apprentissage : Esquissez votre propre stratégie de marketing</p>
Durée	<p>y Étude : 3 heures</p> <p>y Activité d'apprentissage : 3 heures</p>

Conseils pour le formateur	Ce module pratique guidera les professionnels du secteur création et culture dans l'élaboration de leur identité commerciale numérique. Le formateur doit souligner l'importance de l'aspect numérique si on entreprend dans ces secteurs et motiver les apprenants à comprendre le matraquage publicitaire de l'époque. Il doit aussi tenir compte du fait que les artistes, les musées, les sites archéologiques, etc. ont souvent une vision figée selon laquelle les secteurs créatifs et culturels doivent rester en dehors des réseaux numériques. Ainsi, il se peut que le formateur rencontre une certaine résistance au changement de mentalité auprès des apprenants adultes. L'activité finale, très utile, offre aux participants l'occasion de présenter leur propre stratégie de marketing numérique et d'appliquer tout ce qu'ils ont appris dans ce module.		
Module 4			
Titre	Collaboration et réseau		
Description	L'innovation et l'extraversion sont des facteurs cruciaux assurant la viabilité et la croissance des micro-entreprises. Ainsi, elles peuvent trouver de nouveaux marchés pour leurs biens et services, des collaborateurs, créer des synergies et affiner leur capital novateur. Mais comment élaborer une approche de collaboration et de réseautage qui réponde à leurs besoins et à leur profil et réussir à la maintenir ? C'est l'objectif de ce module pour former les micro-entrepreneurs du secteur de la culture et de la création.		
Objectifs	<p>À la fin de ce module, les participants seront en mesure de :</p> <ul style="list-style-type: none"> -> Mesurer les avantages du réseautage et de la collaboration pour les micro-entreprises de la culture et de la création -> Améliorer leurs compétences en réseautage et les adapter aux besoins et aux caractéristiques de leur secteur -> Avoir confiance en soi et démarrer la stratégie de mise en réseau 		
Résultats d'apprentissage	Connaissances	Compétences	Comportements
	<ul style="list-style-type: none"> • Comprendre la valeur de l'élaboration d'un réseau solide 	<ul style="list-style-type: none"> • Être en mesure de développer un réseau 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer une attitude de collaboration plutôt que concurrentielle
Compétences requises	<ul style="list-style-type: none"> ○ compétences sociales ○ prise de décision ○ compétences en communication ○ pensée créative ○ réflexion critique 		

Unités/contenu du module	<p>4.1 Approches de collaboration et de réseautage pour les micro-entreprises des secteurs de la culture et de la création (ppt)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une introduction sur les bases de la mise en réseau pour micro-entreprises et un aperçu des meilleures pratiques du secteur <p>4.2 Augmenter ses compétences en matière de réseau</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment construire un réseau efficace • Comment communiquer et collaborer efficacement avec ses pairs et ses partenaires commerciaux <p>4.2 Outils et autres ressources</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outils et ressources en ligne et hors ligne pour vous aider améliorer vos compétences en matière de réseautage <p>4.3 Activité d'apprentissage : Comment construire un réseau</p> <p>Les participants seront invités à réfléchir et à élaborer une stratégie de base pour élargir leur réseau commercial et appliquer leurs compétences en collaboration et réseautage.</p>
Activités d'apprentissage et compétences de vie en ligne	<p>1. <u>Toile d'araignée</u></p> <p>Durée 30 minutes</p> <p>Nombre de participants : max 16</p> <p>Face à face</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demandez aux participants de s'asseoir en cercle, aussi près l'un de l'autre que possible. Prenez une pelote de corde et donnez-la à un participant pour commencer l'exercice.

- Indiquez que l'objectif de l'exercice est de proposer du feedback positif l'un à l'autre.
- La personne qui commence l'exercice, enroule le bout de la corde autour de son doigt.
- Elle jette ensuite la pelote à un autre membre du groupe, en faisant des commentaires personnels ; par exemple, Anna, j'ai vraiment aimé la façon dont vous pourriez imaginer des idées pour travailler sous pression.
- Ce participant saisit la pelote et enroule alors la corde autour de son doigt, en choisissant un autre participant, lui jette la pelote tout en lui faisant de nouveau des commentaires.
- De cette façon, des lignes de connexion apparaîtront entre les participants - et après un certain temps, de nombreuses lignes se croiseront, formant ainsi une sorte de toile d'araignée, à l'instar d'un réseau.
- Demandez aux participants de donner leur avis à ceux qui ne sont pas encore inclus.
- Une fois que tout le monde (y compris le participant initial) a reçu des commentaires, on peut poursuivre avec des déclarations « libres » jusqu'à la fin de l'activité. Par exemple : Demandez au participant de parler personnellement à l'autre personne. Ainsi on ne dira pas : « j'ai aimé travailler avec Julia », mais : « Julia, j'ai aimé travailler avec vous ».
- Une fois l'exercice terminé, demandez aux participants de se lever et de tenter de déplacer le réseau en déplaçant leurs mains connectées.
- Vous pouvez réfléchir au nombre et à la force des connexions et de l'interconnexion au sein du groupe. Vous pouvez aussi discuter de l'avantage de la mise en réseau au niveau professionnel et réfléchir à la manière dont vous pouvez tirer parti des connexions établies durant ce cours.

Cet exercice peut aider à développer des compétences sociales, à réfléchir à ce que vous avez appris, à donner et recevoir de la rétroaction, à faire preuve de créativité et de réflexion critique.

2. **Analyse de cas**

Durée : 60-75 minutes

Nombre de participants : max 16

Face à face / en ligne synchrone

- L'animateur demande de former des petits groupes de quatre.
- Accordez 45 minutes.
- Chaque membre du groupe dispose de 15 minutes pour partager avec les membres de son groupe un cas/une histoire de sa vie professionnelle/de son travail pendant la pandémie.
- L'animateur surveille le temps et informe les groupes lorsque les 15 minutes se sont écoulées pour permettre à chaque participant de parler.
- Les participants doivent choisir un cas difficile pour eux, auquel ils ignoraient comment réagir, ils se sentaient incertains,

etc.

- Les autres peuvent réfléchir, exprimer leur propre point de vue sur cette histoire, partager leur façon de réagir dans cette situation, ce qu'ils auraient fait, etc. Discutez et convenez d'une solution.

	<ul style="list-style-type: none"> • 60 minutes après, le groupe doit choisir l'une des histoires et la présenter sous forme d'un petit drame / pièce de théâtre. Accordez du temps aux participants pour qu'ils s'entendent sur la façon de présenter cette situation. • Le drame/jeu mettra en scène les difficultés rencontrées dans la situation qu'ils ont choisi et proposer des solutions. <p>Cet exercice aide à développer des compétences sociales, la résolution de problèmes, la pensée créative et critique.</p>
Méthodes d'enseignement	L'ensemble du cours est basé sur la méthode d'e-learning. Deux techniques peuvent être appliquées de manière distincte ou associée : G) Sychrone Présentations PPT (power point), discussion, questions et réponses H) Asynchrone Présentations PPT, étude adaptée au rythme de chacun
Ressources requises	Ordinateur portable ou PC, connexion Internet, pelote de corde (pour l'activité d'apprentissage)
Évaluation	Activité d'apprentissage : Comment construire un réseau
Durée	y Étude : 3 heures y Activité d'apprentissage : 2 heures
Conseils pour le formateur	Ce module traite de l'importance de la mise en réseau. Les formateurs doivent se concentrer sur le développement du sens de la collaboration. Pour les professionnels du secteur de la création et de la culture, il est essentiel de développer un réseau avec d'autres professionnels, même si leur travail est similaire ou identique. En effet, la concurrence au sein de ces secteurs devrait être remplacée par la collaboration. L'activité finale est utile car elle donne aux participants la possibilité de créer un réseau et d'appliquer tout ce qu'ils ont appris dans ce module.

5. Évaluation

L'étape finale vise à fournir aux formateurs/éducateurs des outils d'évaluation, non seulement pour participer aux évaluations formelles des stagiaires, c'est-à-dire l'évaluation des connaissances et des compétences acquises à la fin de chaque module et à la fin du cours, mais aussi pour fournir une information qualitative sur les résultats d'apprentissage. Par conséquent, trois méthodes d'évaluation sont proposées : un questionnaire de satisfaction, une évaluation des connaissances et des compétences (ex ante et ex post), et des questionnaires - présents sur la plate-forme Moodle pour le cours en ligne GRACE qui doivent être complétés par les apprenants pendant les sessions en ligne. L'objectif de l'évaluation est de déterminer l'impact de la formation et de fournir une rétroaction précieuse et tangible en vue d'améliorations ultérieures.

5.1 Questionnaire de satisfaction

Le questionnaire de satisfaction peut être fourni sous différents formats, par ex., formulaires google, feuilles de papier physiques, Mentimeter. Compte tenu de ces particularités et des différentes ressources de chaque formateur et éducateur, le contenu du questionnaire est divisé en quatre (4) parties principales : organisation, contenu d'apprentissage, formateurs et évaluation globale. Les apprenants doivent remplir le questionnaire après ou pendant la session finale.

Chaque question sera classée sur une échelle de 1 à 5, c'est-à-dire :

1 - mauvais ; 2 – moyen ; 3 – bon ; 4 - très bon ; 5 - excellent

Organisation - Comment (apprenant) évaluez-vous l'organisation de la formation en termes de :

- Facilité de contact avec l'équipe de formation
- Disponibilité de l'équipe de formation
- Clarification adéquate des questions et résolution des problèmes
- Réponse rapide aux problèmes/questions
- Accès à la plate-forme d'apprentissage
- Informations initiales sur l'utilisation de la plate-forme Moodle
- Qualité de la médiation dans les sessions synchrones

Contenu d'apprentissage - Comment (apprenant) évaluez-vous le contenu de la formation en termes de :

- Adéquation aux objectifs établis

- Adéquation aux besoins/apprentissage des apprenants
- Utilité du contenu pour le travail et les activités quotidiennes de l'apprenant
- Application du contenu au travail et aux activités quotidiennes de l'apprenant

Pertinence de la documentation d'appui et de la bibliographie disponibles

Formateurs - Comment (apprenant) évaluez-vous les formateurs en termes de :

- Maîtrise et clarté de la présentation du contenu
- Utilisation d'un langage clair et accessible ; capacité à stimuler la participation des apprenants
- Capacité à répondre à des doutes et/ou à des questions
- Relation avec les apprenants
- Gestion du temps de session

Évaluation globale - en général, comment évaluez-vous la formation en tenant compte des aspects suivants ?

- Pertinence des sujets couverts à votre niveau de connaissances
- Acquisition de nouvelles connaissances et compétences
- Satisfaction générale

5.2 Évaluation des connaissances et des compétences (ex ante et ex post)

L'objectif de l'évaluation des connaissances et des compétences est d'évaluer l'impact du cours sur les apprenants. En répondant à l'évaluation avant et après le cours, une comparaison satisfaisante peut être établie. Chaque paramètre sera classé sur une échelle de 1 à 5. Les apprenants évalueront leurs compétences et leurs connaissances au début et à la fin du cours.

Renseignements sur la formation : GRACE

Lieu :

Nom de l'apprenant :

Lignes directrices : Le tableau suivant vise à identifier le niveau de développement des compétences à acquérir dans le cadre de l'action de formation. Veuillez mettre une croix (X) dans la case qui, à votre avis, correspond le mieux à votre niveau de développement. Merci de votre coopération.

COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

AVANT LA FORMATION

APRES LA FORMATION

Évaluation					
Date :					
	1	2	3	4	5
Connaissances	<i>Désapprouve fortement</i>	<i>Désapprouve partiellement</i>	<i>N'approuve ni ne désapprouve</i>	<i>Approuve Partiellement</i>	<i>Approuve fortement</i>
Je comprends le rôle d'un entrepreneur numérique					
Je peux identifier les différences entre un entrepreneur conventionnel et un entrepreneur numérique					
Je connais les tendances actuelles de la transformation numérique et leurs effets sur l'industrie de la culture					
Je peux identifier et comprendre les défis opérationnels et les limites de l'entrepreneuriat numérique					
Je peux identifier et comprendre les nouvelles perspectives et solutions apportées à l'entrepreneuriat numérique à l'issue de la pandémie					
Je reconnais les exigences de mise en place et de maintenance d'une boutique en ligne					
Je comprends les avantages et les inconvénients liés à l'e-commerce					
Je connais les différents types de propriété intellectuelle, leur rôle et importance dans le commerce électronique					
Je comprends l'évolution et l'importance du marketing numérique					
Compétences	<i>Désapprouve fortement</i>	<i>Désapprouve partiellement</i>	<i>N'approuve ni ne désapprouve</i>	<i>Approuve partiellement</i>	<i>Approuve fortement</i>
Je peux analyser et sélectionner la meilleure plate-forme en ligne pour vendre mon produit/service					
Je peux effectuer des transactions sécurisées en ligne					

Évaluation					
Date :					
	1	2	3	4	5
Je comprends les diverses ressources du marketing numérique et je peux prendre une décision éclairée sur les méthodes à utiliser					
Je peux définir la mission et la vision de mon entreprise / société et du public cible					
Je peux utiliser le modèle des 4 P du marketing					
Je comprends et je peux utiliser des stratégies de base concernant l'optimisation des moteurs de recherche					
Je peux identifier les spams et les bots et comprendre leur menace respective					
Je peux utiliser des méthodes pour assurer la sécurité de mon entreprise					
Je comprends l'importance du réseautage et je peux créer et favoriser les B2B collaborations					

6. Références

- Elia, G., Margherita, A. et Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 11
- Lee, J. W. et Lee, S. H. (2019). User participation and valuation in digital art platforms: The case of Saatchi Art. *European Journal of Marketing*, 53(6), 1125-1151.
- Kapoor, P. (2019). How to boost employee creativity with technology, and why you should. <https://thriveglobal.com/stories/boosting-employee-creativity-with-technology/>.
- Kuratko, D. F. et Morris, M. H. (2018). Corporate entrepreneurship: A critical challenge for educators and researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 42-60.
- Landry, L. (2017). The importance of creativity in business. <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/creativity-importance-in-business/>.
- Cusumano, M.A., Gawer, A. et Yffie, D. B. (2019). The business of platforms: Strategy in the age of digital competition, innovation, and power. Harperbusiness.
- Filardi, F., Barros, F. D. et Fischmann, A. A. (2014). From the homo entrepreneur to the contemporary entrepreneur: the evolution of the entrepreneurial characteristics from 1848 to 2014. *Revista Ibero-Americana de Estrategia*, 13(3), 123-141. <https://doi.org/10.5585/riae.v13i3.2130>
- Guthrie, C. (2014). The digital factory: A hands-on learning project in digital entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115.
- Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Cheveux, N., Perotti, V. et DeMartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4 (3), 290-303. <https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166>
- The Strategic Digital Media Entrepreneur, First Edition. Penelope Muse Abernathy et JoAnn Sciarrino. © 2019 John Wiley & Sons, Inc. Published 2019 by John Wiley & Sons, Inc. Companion website: www.wiley.com/go/abernathy/StrategicDigitalMediaEntrepreneur
- Culture Shock: COVID-19 and the Cultural and Creative Sectors / Organisation for Economic Co-operation and Development. Paris: OECD, 2020. OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). Web.
- Massi, M., Vecco, M. et Lin, Y. (Eds.). (2020). Digital Transformation in the Cultural and Creative Industries: Production, Consumption and Entrepreneurship in the Digital and Sharing Economy (1st ed.). Routledge. <https://doi-org.libproxy.ucl.ac.uk/10.4324/9780429329852>
- Newman, B. (2010). Inventing the future of the arts: seven digital trends that present challenges and opportunities for success in the cultural sector. *20under40: Re-Inventing the Arts and Arts Education for the 21st Century*, 15(2), 3-19
- Samdanis, M. (2016). Art and information technologies. In J. Hackforth-Jones & I. Robertson (dir.), *Art Business today: 20 key topics* (pp. 164-172). London: Lund Humphries.
- Velthuis, O. (2014). The impact of globalisation on the contemporary art market. In A. M. Dempster (Ed.), *Risk and uncertainty in the art world* (pp. 87-108). London: Bloomsbur



Partenaires de projet



**CON SU LIO RIA DI
1NNOVACION SOCIAL**