



Management de projets responsables

**Bachelor
Salle MR3220**

**Professeur : Michelle Bergadaà
Assistante: Nada Sayarh**

**2017-2018 Semestre d'automne & semestre de
printemps**

1 - OBJECTIFS DU COURS (part 1 & 2)

- L'objectif général de l'année est de sensibiliser l'étudiant aux principales théories qui forgent la communication, l'action entrepreneuriale et la stratégie / le management responsable. Lui sont proposées des méthodes pragmatiques de communication qu'il doit appliquer à dans un travail en groupe.
- Les objectifs spécifiques du cours (part 1 & 2) sont de permettre à l'étudiant :
 - De développer son aptitude au travail de groupe
 - D'apprendre à créer une marque et à fédérer des engagements autour de cette marque
 - De savoir développer un site Web et le faire vivre, mais aussi de s'impliquer dans les réseaux sociaux
 - De conduire plusieurs actions d'envergure de communication événementielle
 - De planifier et contrôler des actions sur une longue durée
 - D'être à l'aise en présentant le projet de groupe devant des publics d'entreprises exigeants
 - De s'engager durablement dans une action responsable avec des partenaires ONG

Voir : <http://oidc.unige.ch/laction-des-étudiants/projets-2015-2016.html>

Ou <http://oidc.unige.ch/laction-des-étudiants/2014.html>

2 - MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Semestre d'automne (Management de projets responsables 1)

- Les séances de cours durent 4 heures à raison d'une semaine sur deux au semestre d'automne.
- Chaque séance débute par la présentation des groupes d'étudiants sur l'état d'avancement de leur projet (1h30).
- Suit l'exposé d'un paradigme (1 heure).



- Le cours se termine par l'exposé d'une méthode de communication spécifique issue du paradigme (1 heure).
- Tout au long du semestre les groupes seront coachés par l'assistante du cours.

Semestre de printemps (Management de projets responsables 2)

- Durant le semestre de printemps, les étudiants se placent sur le chemin de et doivent réaliser des contrats :
 - a) 12 heures d'enseignement aux techniques de communication pour effectuer des présentations publiques de leurs résultats
 - b) Réaliser une vidéo de 3 minutes et la diffuser sur leurs réseaux sociaux
 - c) Conduire une ou deux actions de terrain complémentaire de celles du 1^{er} semestre
 - d) Aller à la rencontre de deux entreprises et/ou clubs sociaux pour y présenter leur projet
- Chaque année, certains groupes remplissent l'intégralité de ces contrats. D'autres groupes choisissent en pleine responsabilité de n'en remplir que certains. D'autres rencontrent encore des difficultés à s'organiser et à réussir tous les challenges. Mais ce qui compte vraiment est les enseignements que chacun en a tirés. Une note ne se grave pas dans la mémoire, les leçons de la vie le font toujours.

3 - ÉVALUATION DES ÉTUDIANTS

Semestre d'automne (Management de Projets Responsables 1)

- Dossier du travail de groupe	60 %
- Présentation du projet devant un jury	40 %

Semestre de printemps (Management de Projets Responsables 2)

- Évaluation du coaching à la communication	25 %
- Un film de 2 à 4 minutes	25 %
- Une manifestation complémentaire du semestre 1	25%
- 2 présentations publiques	25 %

4. TRAVAIL DE TERRAIN

Semestre d'automne (Management de projets responsables 1)

- Les étudiants, en groupe de cinq maximum, choisissent de prendre en charge un projet de développement d'une ONG caritative œuvrant dans le domaine de l'éducation en Suisse ou dans les pays en voie de développement.
- Tout au long du semestre, les méthodes apprises en cours seront appliquées à ce projet. Elles constitueront le dossier final à rendre en janvier qui compte pour 60% de l'évaluation.



- Chaque groupe réalise en fin de semestre un exposé oral devant un jury de professionnel sur son projet qui compte pour 40% de l'évaluation. La qualité de la présentation et la capacité des étudiants à défendre leurs analyses et leurs conclusions face aux critiques constructives du jury servent de base de notation.

Semestre de printemps (Management de projets responsables 2)

- De février à juin, les étudiants font vivre leur projet dans la Cité.
- Le cours se présente comme un ensemble de contrats à réaliser pour démontrer de son autonomie croissante.
- Chaque groupe réalise sous la conduite d'un coach, haut dirigeant en entreprise, deux présentations devant des publics ciblés.
- Chaque groupe rend un dossier comprenant le descriptif des actions réalisées, les membres ayant participé, les photos des événements et les leçons tirées.

PLAN DE COURS

Semestre d'automne (Management de projets responsables 1)

Séance	Thème du cours
<p>1 20 sept. 2017</p> <p>8h15 – 9h45</p> <p>10h15-12h00</p>	<p><u>A - Introduction du cours</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation du cours • Qu'est-ce qu'un projet marketing ? • Le projet du semestre : ses grandes étapes • Les grilles de sélection des projets <p><u>B - Début du travail de groupe</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse des travaux des années précédentes • Présentation de leurs projets par d'anciens étudiants. • Rôle des différents acteurs (coachs, étudiants, encadrants...)
<p>2 27 Sept. 2017</p> <p>8h15 – 10h00</p>	<p><u>A – Restitution par les étudiants</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • La fiche synoptique du projet pressenti • Centre de gravité du projet • Éléments constitutifs de l'équipe (rôle, complémentarité, force...)



10h15-11h15	B - Paradigme : L'approche fonctionnaliste est à l'origine de la logique d'une communication intentionnelle fondée sur un principe de moyens-fins par la fixation d'objectifs, suivie du choix des contenus et des moyens. Elle s'inscrit dans une logique diachronique et causaliste. À partir des travaux initiaux B. Malinowski et de T. Parsons nous aborderons les perspectives de R. Merton et de B. Bloom dans leur application actionniste.
11h15-12h00	C - Moyens de communication en gestion La mise en place d'une logique événementielle requiert également la maîtrise des techniques de fédération des acteurs fondées sur la maîtrise de leurs motivations personnelles.
3 11 octobre 2017	
8h15 – 9h45	A – Restitution par les étudiants <ul style="list-style-type: none">• Utilisation des grilles de sélection des projets• Définition des objectifs financiers et humains, et leur contrôle• Les objectifs dans le temps et contrôle• Travail autour des mesures de fédération• Le projet et son attractivité
10h15-11h15	B - Paradigme : L'approche structuraliste montre comment chaque mode de communication s'inscrit dans un système culturel émanant d'une volonté sociale particulière. Cette structure, externe à l'homme, s'impose à lui et sous-tend sa communication. À partir des travaux initiaux F. de Saussure et de C. Levi-Strauss, nous aborderons les perspectives développées dans la communication au XXe siècle.
11h15-12h00	C - Moyens de communication en gestion La création d'une personnalité de marque permet de créer et de communiquer une image organisationnelle fédératrice, puis de gérer la persistance de la marque. Structurer un site Web.



<p>4 25 octobre 2017</p> <p>8h15 – 9h45</p> <p>10h15-11h15</p> <p>11h15-12h00</p>	<p><u>A – Restitution par les étudiants</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Présentation de la marque des groupes et de ses signifiants• Analyse du site <p><u>B - Paradigme : L'approche constructiviste</u> se distingue de l'approche behavioriste en considérant que la culture est l'ensemble des habitudes et des aptitudes acquises par l'homme en tant que membre d'une société. À partir des travaux initiaux J. Piaget et de L. S. Vygotsky, nous aborderons les perspectives développées dans les interactions sociales, notamment par R. Bandler et J. Grinder.</p> <p><u>B - Moyens de communication en gestion</u></p> <p>L'art de présenter en public repose sur une connaissance systématique du public et de ses attentes afin de mettre en place des moyens et outils de communication adaptés aux circonstances.</p> <ul style="list-style-type: none">• Construire une communication• Utiliser la technique du pitch
<p>5 15 nov. 2017</p> <p>8h15 – 9h45</p> <p>10h15-11h15</p> <p>11h15-12h00</p>	<p><u>A – Restitution par les étudiants</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Le pitch : présentation et correction• Plan de communication des étudiants <p><u>B - Paradigme: L'interactionnisme</u> illustre la relation intersubjective des acteurs les uns par rapport aux autres. L'approche intersubjective aborde le vécu situationnel des acteurs et les multiples sens que revêtent leurs interventions. À partir des travaux initiaux de G. Simmel et H. Blumer, nous aborderons les perspectives développées par l'École de Chicago, notamment d'E. Goffman et de H. Becker.</p> <p><u>B - Moyens de communication en gestion</u></p> <p>L'animation de groupe en fonction des décisions à prendre pour l'ensemble et non des attentes individuelles. Les 4 principaux types d'animation seront présentés seront les méthodes de l'information, du consensus, de la dialectique, de l'avocat du diable.</p> <p>Alors que durant des siècles l'écrit a dominé la communication dans une optique d'appropriation individuelle, alors que le XXI^e siècle se traduit par l'émergence d'une communication de type technologique véhiculée par le Web, la transmission orale est redécouverte au travers du storytelling. Ce sera le thème de cet exposé.</p>



<p style="text-align: center;">6</p> <p>29 nov. 2017</p> <p>8h15 – 9h45</p> <p>10h15-11h15</p> <p>11h15-12h00</p>	<p><u>A – Restitution par les étudiants</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Le dossier pour les membres du jury • L’histoire du semestre de chaque groupe <p><u>B - Paradigme:</u> L’Holisme illustre le croisement entre une pensée holiste et la posture subjective. A partir des travaux de Bateson et de l’Ecole de Palo Alto, mais aussi de von Bertalanffy, cet exposé conclura le semestre.</p> <p>C - TP de préparation avec les coachs</p>
<p style="text-align: center;">7</p> <p>13 décembre 2017</p> <p>10h00-12h00</p>	<p>Présentation publique des projets</p>



Semestre de printemps (Management de Projets Responsables 2)

Ce semestre les étudiants apprennent à « vendre » le projet créé au semestre précédent. Ils restent en groupe. 4 actions d'envergure sont conduites.
Nota bene : Aucun nouvel étudiant ne peut rejoindre, à ce stade, les groupes déjà formés au semestre d'automne.

Séance	Thème du cours
Action 1 21 et 28 Février 2018 9h00-12h00	<u>Introduction du cours (M. Bergadaà)</u> <u>Cours de prise de parole en action (N. Sayarh)</u> L'apport de cet atelier-formation est de permettre à chacun d'aller à la découverte de sa voix (la libérer, poser son timbre et sa puissance, développer son souffle), de chercher ses ressources de parole (organisation dialectique des idées, appuis sur les principes de rhétorique, écouter), et de développer sa force de conviction (la position du corps, l'emprise de soi, l'aisance le rythme et l'harmonie).
Action 2 14 Mars 2018 9h00-12h00	<u>Réalisation d'un film (2 jours)</u> Grâce à la méthode du pitch, les étudiants apprennent à monter un film qui met en exergue leur projet caritatif et incite à contribuer financièrement. Puis les étudiants s'attachent à le diffuser via les réseaux sociaux. Le 14 mars les groupes présenteront leurs projets.
Action 3 Avril-mai 2018 9 mai 2018 9h00-12h00 Bilan	<u>A - Présentation en entreprise</u> Chaque groupe présente son projet devant une assemblée de managers. Ils ont 10 minutes pour les convaincre de s'engager et de contribuer financièrement à leur projet. <u>B - Présentation en Club professionnel</u> Chaque groupe présente son projet devant un Club professionnel (Rotary, Lyons, American Club...) Ils ont 10 minutes pour les convaincre de s'engager et de contribuer financièrement à leur projet.
Action 4 Février à juin 2017 (libre choix de la date) 6 juin 2018 Bilan	<u>Action terrain complémentaire</u> Chaque groupe réalise une action de terrain de son choix, complémentaire de celles réalisées au semestre d'automne. La période est libre.