

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

DOSSIER PEDAGOGIQUE

SECTION

CERTIFICAT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
DE PROMOTION SOCIALE :
COMMUNICATION APPLIQUEE AU DEVELOPPEMENT
CITOYEN ET A L'ECO-SOLIDARITE

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT

DOMAINE : SCIENCES POLITIQUES ET SOCIALES

<p>CODE : 99 40 10 S35 D1 CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 902 DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX</p>

Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 13 mars 2023,
sur avis conforme du Conseil général

**CERTIFICAT D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR
DE PROMOTION SOCIALE : COMMUNICATION APPLIQUEE
AU DEVELOPPEMENT CITOYEN ET A L'ECO-SOLIDARITE
ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR DE TYPE COURT**

1. FINALITES DE LA SECTION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991, cette section doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale et culturelle ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

Cette section vise à permettre à l'étudiant de s'exercer à l'utilisation de moyens de communication permettant de mener une campagne d'intérêt général liée au développement citoyen et à l'éco-solidarité : médias sociaux, « *civic techs* », webmarketing et médias traditionnels.

2. UNITES D'ENSEIGNEMENT CONSTITUTIVES DE LA SECTION

<u>Intitulés</u> (1)	<u>Classement de</u> <u>l'U.E.</u>	<u>Code des U.E.</u>	<u>Domaine</u> <u>de formation</u>	<u>Unité</u> <u>déterminante</u>	<u>Nombre</u> <u>de périodes</u>	<u>ECTS</u>
COMMUNICATION APPLIQUEE AU DEVELOPPEMENT CITOYEN ET A L'ECO- SOLIDARITE	SPS	99 40 11 U35 D1	902	X	120	10

TOTAL DES PERIODES DE LA SECTION	
A) nombre de périodes suivies par l'élève	120
B) nombre de périodes professeur	120
C) nombre total d'ECTS	10

3. MODALITES DE CAPITALISATION

COMMUNICATION APPLIQUEE
AU DEVELOPPEMENT CITOYEN
ET A L'ECO-SOLIDARITE

120 p – 10 ECTS

4. TITRE DELIVRE A L'ISSUE DE LA SECTION

Certificat d'enseignement supérieur de promotion sociale :
Communication appliquée au développement citoyen et à l'éco-solidarité.

5. POSITIONNEMENT AU CADRE FRANCOPHONE DES CERTIFICATIONS

Positionnement en référence au Cadre Francophone des Certifications : niveau **6**.

SECTEUR	SCIENCES POLITIQUES ET SOCIALES		
DOMAINES D'ETUDES	6	NIVEAU (du Cadre des Certifications)	6
TYPE	COURT	CYCLE	PREMIER
LANGUE (majoritaire)	FRANCAIS	CREDITS	10

MINISTÈRE DE LA COMMUNAUTÉ FRANÇAISE
ADMINISTRATION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE

DOSSIER PÉDAGOGIQUE

UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

COMMUNICATION APPLIQUÉE AU DEVELOPPEMENT CITOYEN ET A L'ÉCO-SOLIDARITÉ

ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR DE TYPE COURT
DOMAINE : SCIENCES POLITIQUES ET SOCIALES

<p>CODE : 99 40 11 U35 D1 CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 902 DOCUMENT DE RÉFÉRENCE INTER-RÉSEAUX</p>

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 13 mars 2023,
sur avis conforme du Conseil général**

COMMUNICATION APPLIQUÉE AU DEVELOPPEMENT CITOYEN ET A L'ÉCO-SOLIDARITÉ

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT

1. FINALITÉS DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité d'enseignement doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

L'unité d'enseignement vise à permettre à l'étudiant de s'exercer à l'utilisation de moyens de communication permettant de mener une campagne d'intérêt général liée au développement citoyen et à l'éco-solidarité : médias sociaux, « *civic techs* », web marketing et médias traditionnels.

2. CAPACITÉS PRÉALABLES REQUISES

2.1. Capacités

au départ d'un (ou de) document(s) écrit(s) traitant au sens large de problématiques liées à l'éco-solidarité développant des pistes de solutions et comprenant notamment des tableaux/graphiques de données chiffrées,

dans le respect des règles et des usages de la langue française,

- ◆ démontrer une compréhension du contenu des documents, en synthétisant les idées, les arguments développés et les données ;
- ◆ porter un jugement critique ;
- ◆ proposer des pistes d'exploitation des idées relevées dans les documents, en rédigeant une présentation de choix comme acteur de l'éco-solidarité ;
- ◆ répondre oralement de manière claire, concise et argumentée aux questions posées sur la base des documents.

2.2 Titres pouvant en tenir lieu

Un titre d'enseignement supérieur (Brevet d'Enseignement Supérieur, Bachelier ou Master).

3. ACQUIS D'APPRENTISSAGE

Pour atteindre le seuil de réussite l'étudiant sera capable,

à partir d'une situation donnée de mise en place d'un processus de communication relatif à une cause d'intérêt général liée au développement citoyen ou à l'éco-solidarité,

- ◆ de proposer une campagne de sensibilisation utilisant une stratégie de communication appropriée, comprenant :
 - l'élaboration d'un plan d'action,
 - l'identification des acteurs concernés,
 - l'identification de moyens de communication en lien avec les actions, les publics et les objectifs définis dans le plan,
 - un plaidoyer,
 - un outil numérique,
 - la justification des choix opérés.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte :

- ◆ le niveau de cohérence : la capacité à établir une majorité de liens logiques pour former un ensemble organisé ;
- ◆ le niveau de précision : la clarté, la concision, la rigueur au niveau de la terminologie, des concepts et des techniques/principes/modèles ;
- ◆ le niveau d'intégration : la capacité à s'approprier des notions, concepts, techniques et démarches en les intégrant dans son analyse, son argumentation, sa pratique ou la recherche de solutions ;
- ◆ le niveau d'autonomie : la capacité de faire preuve d'initiative, de créativité, d'innovation et/ou de recherche démontrant une réflexion personnelle basée sur une exploitation des ressources et des idées en interdépendance avec son environnement.

4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable :

4.1. Méthodologie spéciale : Communication et plaidoyer

au travers de l'exploration d'expériences de développement citoyen et d'éco-solidarité,

- ◆ de caractériser le plaidoyer et d'en identifier les conditions d'utilisation ;
- ◆ de s'exercer à l'utilisation des différents outils du plaidoyer (expertise, lobbying, mobilisation du public, etc.) ;
- ◆ de choisir une stratégie d'information adaptée à un projet de campagne de sensibilisation donné ;
- ◆ de concevoir un dispositif de diffusion et de partage des compétences, expériences et résultats obtenus avec les acteurs identifiés dans l'optique de l'accompagnement au changement ;
- ◆ de s'exercer à l'écoute des acteurs et des publics cibles afin d'adapter de manière continue la mise en œuvre d'un plan de communication ;
- ◆ de construire des messages porteurs d'action en :
 - déterminant l'objectif d'un document (informer, défendre, sensibiliser, convaincre, etc.),
 - appliquant des méthodes d'argumentation à la rédaction de documents,
 - utilisant différents outils de gestion de projet (tableaux de bord, plannings, organigrammes, etc.) permettant le « reporting » du suivi des étapes,
 - ajustant son niveau de langue à différentes catégories d'acteurs,

- attestant d'une veille stratégique relative aux thématiques liées aux actions menées ou envisagées ;
- ◆ de s'exercer à l'utilisation ou, le cas échéant, à la construction d'outils ou supports de communication adaptés aux objectifs fixés et aux acteurs concernés ;
- ◆ d'élaborer un argumentaire et une stratégie de communication fondés sur des données probantes et des résultats de recherches scientifiques ;
- ◆ de réaliser une cartographie des intervenants concernés par une action de sensibilisation, de repérer leurs zones d'influence, leurs atouts et leurs limites ;
- ◆ d'élaborer une communication visant l'appropriation par les décideurs de résultats probants et de résultats issus de la recherche, dans la perspective des changements attendus.

4.2. Méthodologie spéciale : Campagnes de sensibilisation

au travers de l'exploration d'expériences de développement citoyen et d'éco-solidarité,

afin de s'exercer à l'élaboration de campagnes de sensibilisation favorisant l'émergence de l'intelligence collective, de la concertation et de la réflexion critique,

- ◆ de constituer une équipe chargée de mener des actions de sensibilisation ;
- ◆ de définir les missions, rôles et fonctions de chacun au sein d'une équipe constituée ;
- ◆ de mobiliser des ressources, de définir les responsabilités et les mécanismes de prise de décision entre différents partenaires ;
- ◆ d'identifier le ou les publics cibles, de déterminer les canaux de communication à utiliser ainsi que les incitants au changement ;
- ◆ d'élaborer un plan d'action en collaboration/concertation avec les acteurs identifiés et définir les objectifs à l'aide d'une méthode (« SMART » ou autres) en lien avec les aspects :
 - fonctionnels, en réponse à un besoin,
 - techniques, dans le respect des spécificités et des contraintes,
 - organisationnels, dans le respect des modes de fonctionnement des structures concernées,
 - temporels, dans le respect des échéances,
 - financiers, dans le respect du budget ;
- ◆ de concevoir les différentes phases d'une campagne de sensibilisation : information, élaboration du projet, construction des outils, mise en œuvre, évaluation et pérennisation des actions ;
- ◆ de planifier le pilotage stratégique d'une campagne, notamment le suivi des étapes des différentes actions (le lancement, la mise en œuvre, la répartition des tâches, le contrôle et la clôture) ;
- ◆ d'identifier les risques, de définir des moyens pour les prévenir, d'adopter les réactions adéquates et de mobiliser les acteurs concernés face aux impacts prévus, aux freins et aux effets observés ;
- ◆ d'articuler les différents projets/actions dans le respect d'une dynamique interdisciplinaire intégrant les compétences des différents acteurs ;
- ◆ de proposer une méthodologie d'évaluation liée aux objectifs d'une campagne de sensibilisation, notamment en précisant des indicateurs de suivi ;
- ◆ de proposer des moyens de pérenniser les actions entamées en les adaptant ou en les révisant sur base des résultats de l'évaluation.

4.3. Civic techs

au travers de l'exploration d'expériences de développement citoyen et d'éco-solidarité,

- ◆ de décrire différents outils numériques qui composent les « civic techs » ;
- ◆ d'identifier la contribution possible des « civic techs » au fonctionnement démocratique en complément des autres médias ;

- ◆ de s'exercer à l'utilisation de « civic techs » permettant de mobiliser les citoyens ;
- ◆ de s'exercer à l'utilisation de médias sociaux et des outils du web marketing afin de répondre aux enjeux et objectifs d'un plan d'action donné.

5. CHARGÉ(S) DE COURS

Le chargé de cours sera un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

6. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Il est recommandé de ne pas dépasser 15 étudiants par groupe.

7. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITÉ D'ENSEIGNEMENT

7.1. Dénomination du cours	Classement	Code U	Nombre de périodes
Méthodologie spéciale : Communication et plaidoyer	CT	F	38
Méthodologie spéciale : Campagne de sensibilisation	CT	F	38
Civic techs	CT	S	20
7.2. Part d'autonomie		P	24
Total des périodes			120
Nombre d'ECTS			10