

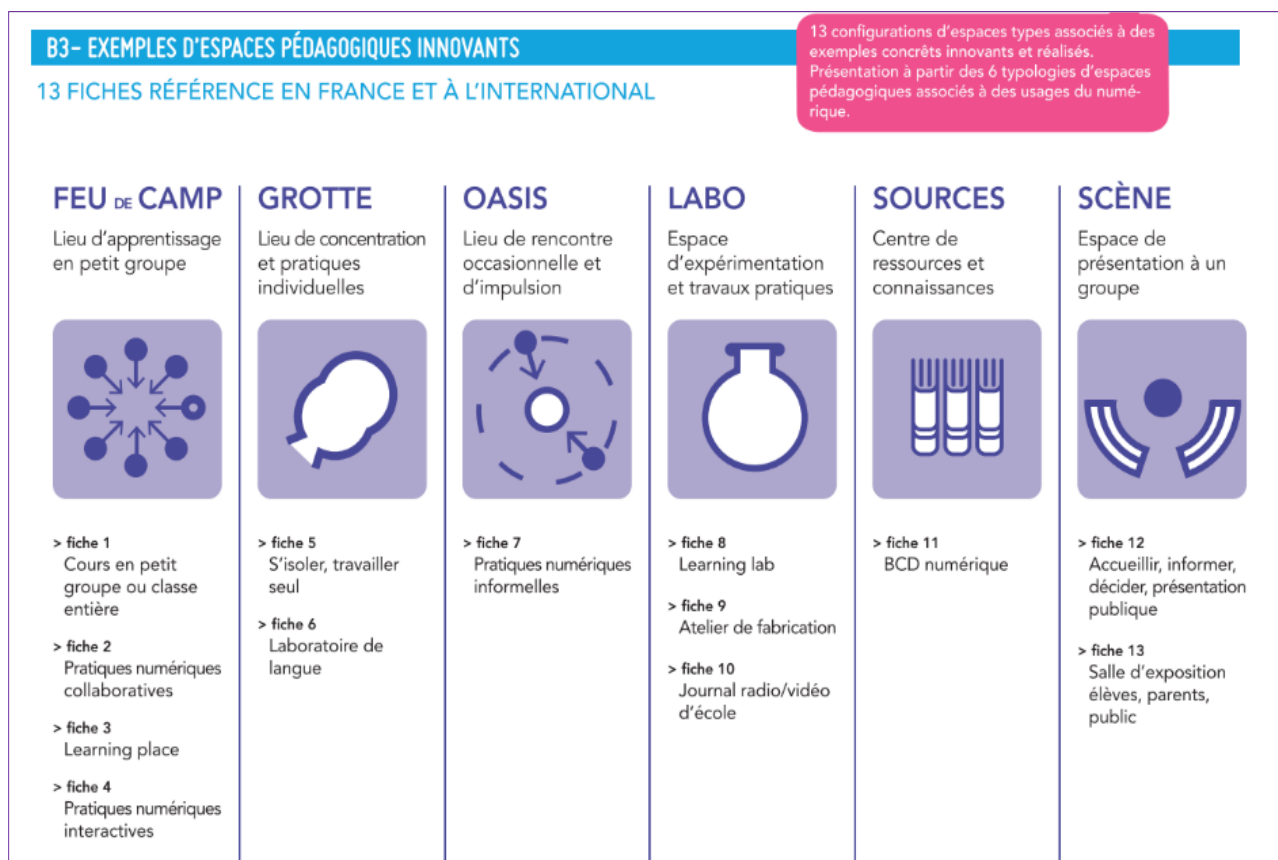
Fiche d'intention pédagogique

Posons le cadre

Rappel de la problématique	« Comment ancrer l'engagement des élèves et étudiants dans leur formation en lycée professionnel ou technologique afin qu'ils s'assurent d'une meilleure insertion professionnelle grâce aux usages numériques ? »	
Définition des « usages numériques »	<p>Après quelques recherches sur la définition des usages du numérique pédagogique, les idées convergent sur le fait qu'ils riment avec espaces pédagogiques innovants (espace, lumière, ergonomie, confort, ambiance sonore, couleur, connectivité, aménagements, mobilité des équipements, rangement (dont mise en sécurité)).</p> <p>Un dispositif flexible, mobile, adaptable aux différentes étapes de « l'apprendre », réunissant dans un même espace-temps la possibilité d'un panel de modalités pédagogiques.</p> <p>L'espace ne doit pas être figé mais doit pouvoir être reconfiguré par les apprenants et les enseignants en fonction des objectifs pédagogiques et des modes d'apprentissage choisis.</p> <p>Le critère majeur d'un lieu d'enseignement est sa malléabilité spatio-temporelle. L'espace devient une scène pédagogique dont les décors évoluent en fonction des actes et des acteurs.</p> <p>CRCN : Objectif de niveau 2 CRCN: 3.2 Développer des documents multimédia : Création Vidéo CRCN : 2.2 Partager Publier / 3.1 Développer des documents textuels : Présentation sur le support média de son choix (Canva, Power-Point, Genially)</p>	
Objectifs	<p>Favoriser le besoin de diversité qui caractérise chacun d'entre nous, la curiosité comme moteur de la réussite et la créativité qui enrichit la culture personnelle et collective (<u>CF. Ken Robinson</u>).</p> <p>En effet, les acteurs de l'école doivent s'associer pour co-concevoir de nouveaux espaces pédagogiques pour inventer une école disponible aux pratiques de demain. Les usages numériques d'outils variés contribuent à l'agilité des pratiques pour les apprenants et permettent d'atteindre de nouvelles compétences numériques nécessaires dans le cadre de l'insertion professionnelle.</p>	
Espaces pédagogiques	6 espaces pédagogiques innovants liés aux usages du numériques. (Cf annexe 1 ci-jointe)	
Exemples outils numériques	Pré-équipement : <ul style="list-style-type: none"> - Prises de courant - Connexion RJ45 - Borne Wifi - Stores occultants/Rideaux - Salle info 	Equipement : <ul style="list-style-type: none"> - Ecran numérique géant - Vidéoprojecteur - Vidéoprojecteur numérique interactif - Ordinateur (poste professeur et/ou élèves) - Ordinateur portable (prof et/ou élèves) - Micro, écouteurs, casque - Tablette - Smartphone - Imprimante 3D

		<ul style="list-style-type: none"> - Table de mixage, ordinateur de studio, salle insonorisée,... - Plusieurs surfaces de projection au sein de la même salle.
Supports numériques	ENT, Canva, Kahoot !, Word.	
Mobilier	Tables, chaises, poufs, fauteuils, banquettes tables hautes, basses, gradins, tableaux blancs, tables numériques interactives, grande table centrale, placards, étagères,...	

Annexe 1 : Exemples d'espaces pédagogiques innovants



Source : <https://archiclasse.education.fr/Definition-des-espaces-usages-du-numerique>

Proposition d'un scénario

Séquence : les facteurs d'ambiance d'un magasin / Le marketing sensoriel

<u>Lycée</u> :	Professionnel
<u>Classes</u> :	1 ^{ère} AGECE (Animation et Gestion de l'Espace Commercial) 1 ^{ère} année de CAP EPC (Equipier Polyvalent du Commerce)
<u>Durée séquence</u> :	Entre 8 à 10h selon la typologie des élèves.
<u>Séance 1</u> :	Découverte des facteurs d'ambiance au-travers des sens (4h)
<u>Séance 2</u> :	L'analyse de l'existant (4h)
<u>Séance 3</u> :	J'imagine mon magasin (2 à 4h selon les élèves)

Séance 1	Découverte des facteurs d'ambiance au-travers des sens	
Objectif pédagogique	Comprendre les enjeux du marketing sensoriel et les facteurs d'ambiance d'un magasin : <ul style="list-style-type: none"> • Les couleurs • Les meubles et matériaux • L'ambiance, la planche tendance • Les odeurs • Les sons et vidéos 	
Environnement numérique	<u>Configuration espace pédagogique</u> <ul style="list-style-type: none"> - « En feux de camp » - 12 à 15 élèves - 3 ateliers - Par groupe de 3 ou 4 élèves. 	<u>Supports numériques</u> <ul style="list-style-type: none"> - Ordinateur prof - Vidéoprojecteur - Wifi - Tablettes/Smartphones - Rideaux occultants - Kahoot
Usages numériques	CRCN : Objectif de niveau 2 CRCN : 3.2 Développer des documents multimédia : Création support vidéo CRCN : 2.2 Partager Publier L'usage d'une application connue et très en vogue par les élèves leur permet immédiatement d'adhérer au projet. C'est un facilitateur concernant l'engagement scolaire dans la mise en œuvre de la réalisation d'un projet. Il est également possible d'indiquer l'aspect valorisant associé à la création de contenus. La maîtrise de Canva est également rapide et permet de créer de support valorisant. Les élèves ont à cœur de proposer des présentations leur apparaissent plaisantes à regarder.	
Mobilier	Tables, chaises.	

Supports et ressources pédagogiques	<ul style="list-style-type: none">- Pour l'atelier des odeurs : possibilité d'utiliser comme support le jeux Loto des odeurs www.greenweez.com- Ou utiliser des huiles essentielles dans des gobelets (voir photos et vidéo).- Canva- Vidéo : « quand les marques charment nos 5 sens » https://youtu.be/mDw4ZEGgEKs
Info(s) complémentaire(s)	Séance dans le cadre du chef-d'œuvre. Projet : « Création d'un magasin pédagogique » <ul style="list-style-type: none">- 2 classes mobilisées (1 classe de CAP EPC et 1 classe de 1^{ère} AGEC- 3 enseignants (2 Eco Gestion, 1 Arts-Appliqués).- Approche pluridisciplinaire de la compétence à construire avec l'élève.
Synthèse	Quizz Kahoot

ATELIER COULEURS ET VIDEO

LES MISSIONS A REALISER

MISSION : L'impact des couleurs en marketing

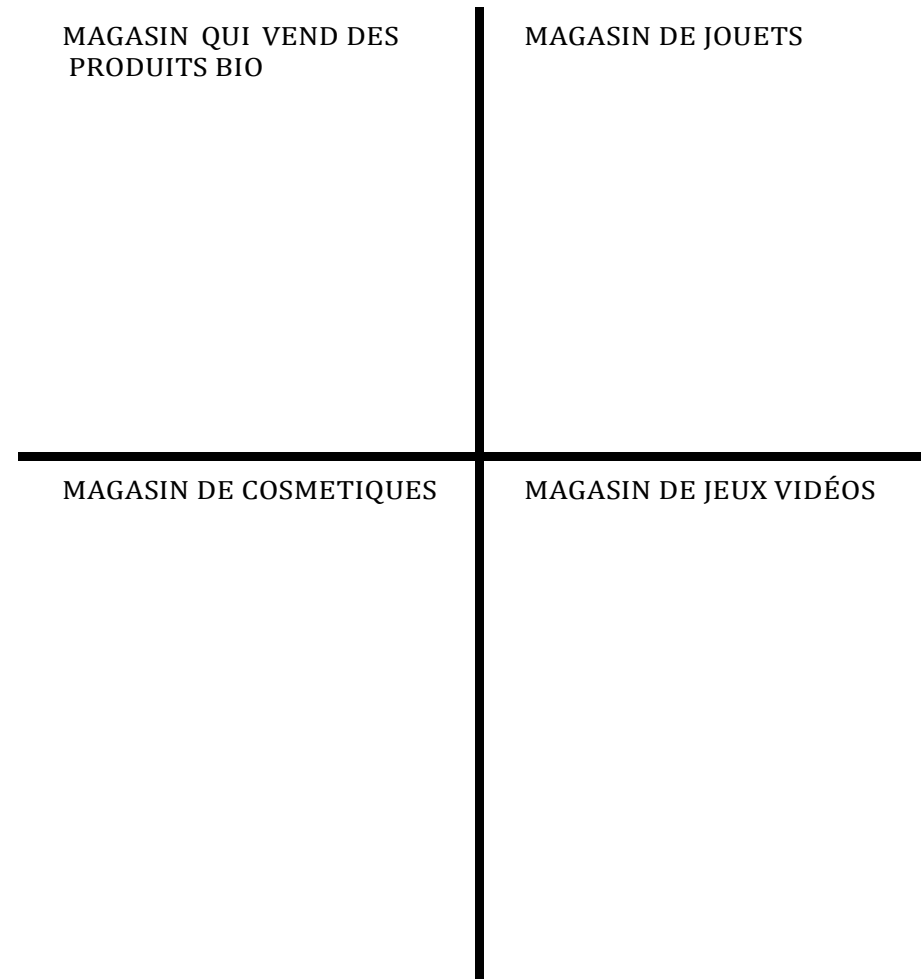
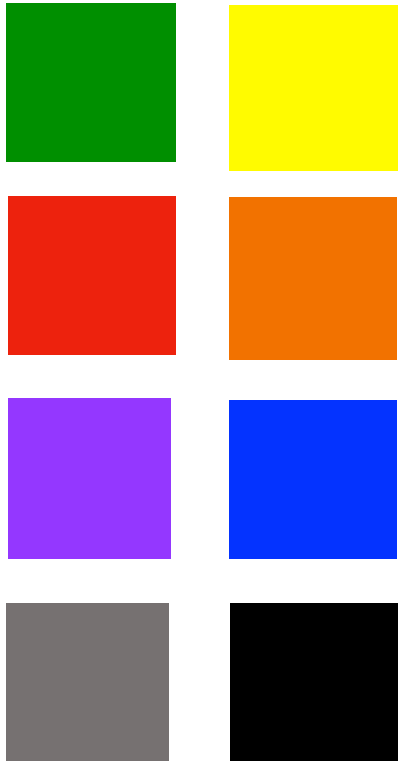
1. Consultez le document 1 : **L'INFLUENCE DES COULEURS EN MARKETING.**
2. Partagez vos impressions sur ce document : êtes-vous d'accord, avez-vous des expériences à partager à ce sujet, des exemples à donner ?

Document 1 : La signification des couleurs

Chaque couleur projette une signification particulière. Par exemple, le noir fait référence à l'élégance et à la simplicité alors que le bleu désigne la confiance et la sécurité. Le choix d'une palette de couleurs pour une entreprise correspond habituellement à son domaine d'expertise et à sa clientèle cible. Effectivement, les enfants sont davantage attirés par les couleurs vives tandis que les femmes préfèrent les couleurs pastel et les hommes les couleurs neutres et plus foncées.

L'INFLUENCE DES COULEURS EN MARKETING			
ROUGE Passion, excitation, intensité			
ORANGE Créativité, jovialité			
JAUNE Optimisme, bonheur			
VIOLET Compassion, délicatesse, douce-			
BLEU Confiance, sécurité, sagesse			
VERT Santé, nature			
GRIS Neutralité, calme			
NOIR Élégance, simplicité			

3. Faîtes glisser la ou les couleur(s) correspondant aux magasins proposés.

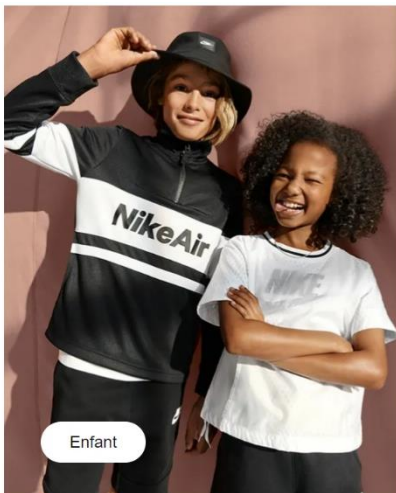


MISSION : Comprendre la mise en avant des produits

1. Consultez les différentes photos.

Consignes (enseignant) :

- Imprimez-les en couleur et plastifiez-les pour un meilleur rendu.





2. Expliquez quelle est la particularité de toutes ces photos pour mettre en avant le produit ?

MISSION : Créez une vidéo afin de mettre en valeur un assortiment

Consignes (enseignant) :

L'objectif ici est de mettre en avant les produits du magasin afin de les valoriser sur les réseaux sociaux (Cela peut servir d'entraînement à l'épreuve certificative de l'épreuve E33 du Bac MCV voire illustrer une FAR dans le cadre de l'épreuve E31).

SI VOUS DISPOSEZ D'UN MAGASIN PEDAGOGIQUE DANS VOTRE ETABLISSEMENT
(Travail en binôme)

1. Réalisez une vidéo de 10-15 secondes sur Canva ou autre support.
2. Quelques conseils pour y parvenir :

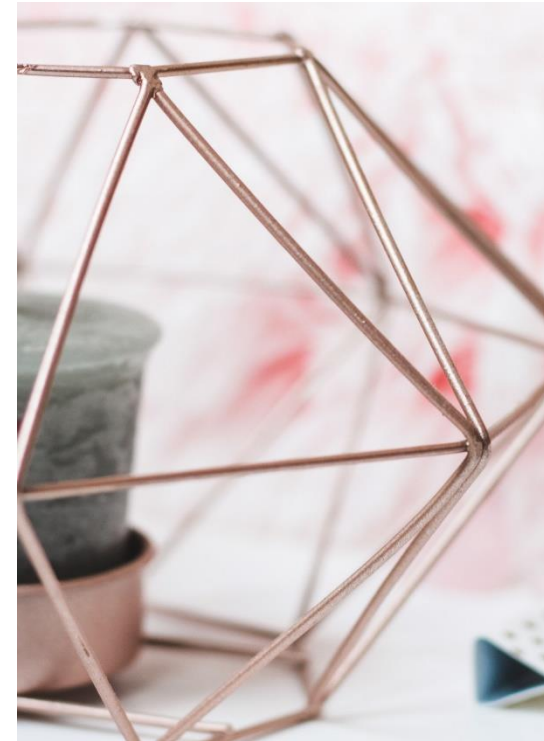


- a) Choisissez plusieurs produits et essayer de les valoriser en étant le plus créatif possible.
- b) N'hésitez pas à adosser un fond de musique à votre vidéo.
- c) Pensez à utiliser tous les accessoires ou autres qui existent dans votre magasin (mannequin, podium, PLV, ILV, comptoir, ...)

3. Partagez votre vidéo à M. ou Mme X (l'enseignant en question) et

l'envoyer sur de l'ENT (espace documentaire ou cahier numérique).

Atelier Meubles et Déco



MISSION À RÉALISER

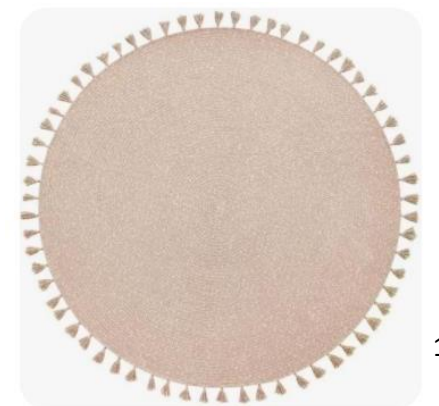
Observez les différentes photos sur lesquelles figurent des meubles, des objets de décoration, ... L'idée est de créer une ambiance de magasin. Plusieurs combinaisons sont possibles.

Consignes enseignant :

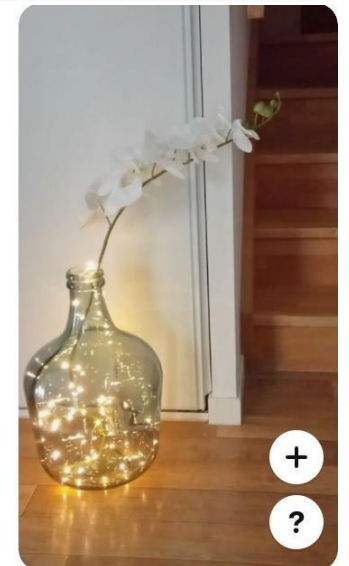
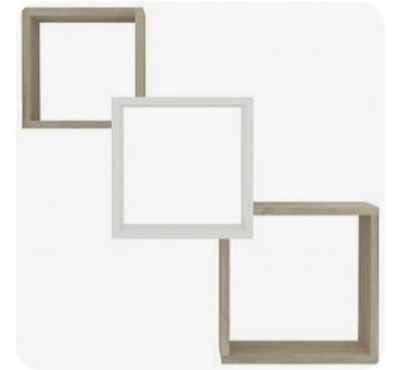
Découpez les photos et les mélanger afin que les élèves trouvent les combinaisons.

AFIN D'Y PARVENIR, VOUS DEVEZ

1. Assemblez les images afin que le rendu soit harmonieux.
2. Déterminez, pour chaque combinaison réalisée, à quel thème cela fait référence (*ex : Moderne, Industriel, Classique, ...*).



Sabah Kabi:







Lighting inspiration



1. Notez vos réponses dans les encadrés ci-dessous :

Thèmes

Combinaison 1 :

Ex : style moderne

Combinaison 2 :

Combinaison 3 :

Combinaison 4 :

ATELIER SONS ET ODEURS

Consignes (enseignant) : Créez une playlist de musiques liées aux ambiances de chaque magasin proposé. L'enseignant lance 1 musique et les élèves essaient de trouver à quel magasin cela correspond. Faites confronter 2 équipes. A vous de proposer un système de récompense.

MISSION : Ecoutez, observez et trouvez la bonne réponse

1. Ecoutez les musiques et dites-moi à quel magasin cela correspond.



**SALON
DE
MASSAGES**



**MAGASIN
STYLE METAL
ET TATOUAGE**



**MARCHÉ
DE
NOËL**



**EPICERIE DE
PRODUITS
MEXICAINS**



**AGENCE DE
VOYAGES
DANS LES ÎLES**



**LIBRAIRIE
D'ŒUVRES
CLASSIQUES**

MISSION : Comprendre le marketing olfactif

Consignes (enseignant) : A l'aide du jeu le « Loto des odeurs » ou de gobelets où vous verserez les huiles essentielles, faites sentir les odeurs aux élèves (cf. QR Code ci-joint). Ils peuvent fermer les yeux afin de percevoir davantage les senteurs. Projetez les photos des magasins sur le vidéoprojecteur. Faites confronter 2 équipes. A vous de proposer un système de récompense.

1. Approchez-vous et sentez.
2. Dites, selon vous à quel magasin est associé l'odeur.



SYNTHESE

Document 2 : Vidéo « Quand les marques charment nos sens »



L'odeur, le son, l'image, ... tout est manipulable pour vous pousser à acheter ! C'est le marketing sensoriel ! Du package à l'odeur de la boutique en passant par l'agencement des rayons, les enseignes soignent chaque détail pour nous attirer sans que nous nous en rendions toujours compte.

<https://youtu.be/mDw4ZEGgEKs>

Kahoot !



Consignes (enseignant) :

Téléchargez ce QR Code afin d'avoir accès à toutes les questions liées à la vidéo qu'il est possible de poser.

Quizz avec les questions et les réponses

<p>1 - Quiz</p> <p>Qu'est-ce que le marketing sensoriel?</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Le marketing qui fait appel à nos 5 sens pour vendre plus ✓ <input type="checkbox"/> Le marketing qui est à l'envers ✗ <input type="checkbox"/> Le marketing sensible ✗ <input type="checkbox"/> Les 4 réponses ✗ 	<p>2 - Quiz</p> <p>Quels sont les 5 sens?</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> La vue, l'odorat, le goût, l'oreille, l'ouïe ✗ <input type="checkbox"/> La vue, les yeux, l'odorat, le goût, le toucher, l'ouïe ✗ <input checked="" type="checkbox"/> La vue, l'odorat, le goût, le toucher, l'ouïe ✓ <input type="checkbox"/> La vue, l'odorat, le goût, le toucher, l'odeur ✗
<p>3 - Quiz</p> <p>"Lumineux et chaleureux", c'est quel sens?</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> La vue ✓ <input type="checkbox"/> L'ouïe ✗ <input type="checkbox"/> L'odorat ✗ <input type="checkbox"/> Le toucher ✗ 	<p>4 - Quiz</p> <p>La dégustation de thé dans le magasin : de quel sens s'agit-il?</p> <p>20 s</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> La vue ✗ <input type="checkbox"/> Le toucher ✗ <input type="checkbox"/> L'odorat ✗ <input checked="" type="checkbox"/> Le goût ✓

<p>5 - Quiz</p> <p>Les bruits d'oiseau et de nature : de quel sens s'agit-il?</p> <p>20 s</p>	<p>6 - Quiz</p> <p>Pourquoi tous ces facteurs d'ambiance sont mis en place par les marques ?</p> <p>20 s</p>
<p><input type="radio"/> La vue</p> <p><input checked="" type="radio"/> L'ouïe</p> <p><input type="radio"/> L'odorat</p> <p><input type="radio"/> Le toucher</p>	<p><input type="radio"/> Pour nous détendre</p> <p><input type="radio"/> Pour faire joli</p> <p><input type="radio"/> Pour passer le temps</p> <p><input checked="" type="radio"/> Pour nous faire acheter</p>
<p>7 - Quiz</p> <p>Quel parfum faut-il diffuser si on veut vendre une cocotte dans un magasin de cuisine?</p> <p>20 s</p>	<p>8 - Quiz</p> <p>Pour la vente, les sens permettent de créer...</p> <p>20 s</p>
<p><input type="radio"/> Le citron</p> <p><input checked="" type="radio"/> La canelle</p> <p><input type="radio"/> La menthe</p> <p><input type="radio"/> Le oignons</p>	<p><input type="radio"/> ...des sensations désagréables</p> <p><input type="radio"/> ... rien du tout</p> <p><input checked="" type="radio"/> ...de l'émotion et de la mémorisation</p> <p><input type="radio"/> ... un peu tout à la fois</p>
<p>9 - Quiz</p> <p>Pourquoi diffuser une odeur de chocolat à l'extérieur d'un magasin de chocolat?</p> <p>20 s</p>	<p>10 - Quiz</p> <p>Pour quel type de magasins utilise-t-on le parfum de la fleur de tahiti (tiaré)?</p> <p>20 s</p>
<p><input checked="" type="radio"/> Pour faire entrer les clients à l'intérieur et pour mettre en appétit</p> <p><input type="radio"/> Pour masquer l'odeur des produits pas frais</p> <p><input type="radio"/> Pour parfumer la rue gratuitement</p> <p><input type="radio"/> Pour réduire la pollution des villes</p>	<p><input type="radio"/> Un fleuriste</p> <p><input checked="" type="radio"/> Une agence de voyage</p> <p><input type="radio"/> Une boulangerie</p> <p><input type="radio"/> Une pizzeria</p>
<p>11 - Quiz</p> <p>Une odeur peut booster les ventes de ...</p> <p>20 s</p>	
<p><input type="radio"/> 10%</p> <p><input type="radio"/> 32%</p> <p><input type="radio"/> 100%</p> <p><input checked="" type="radio"/> 30%</p>	

Séance 2	Typologie des magasins : Analyse de l'existant	
Objectif pédagogique	Rechercher les différents types de magasins et leurs spécificités.	
Environnement et usages numériques	<u>Configuration espace pédagogique</u> <ul style="list-style-type: none"> - D'abord « En grotte » - Puis « En scène » - 12 à 15 élèves - En binôme max ou seul - Sur poste informatique 	<u>Supports numériques</u> <ul style="list-style-type: none"> - Ordinateur prof - Vidéoprojecteur - Wifi - Rideaux occultants - Classroomscreen - PowerPoint - Genially - Canva
Mobilier	Tables, chaises.	
Supports et ressources pédagogiques	<ul style="list-style-type: none"> - Classroomscreen 	
Info(s) complémentaire(s)	Séance dans le cadre du chef-d'œuvre. Projet : « création d'un magasin pédagogique » <ul style="list-style-type: none"> - 3 enseignants (2 Eco Gestion, 1 Arts-Appliqués). - Approche pluridisciplinaire de la compétence à construire avec l'élève. 	
Synthèse	Présentation des travaux des élèves à l'oral	

ATELIER ANALYSE DE L'EXISTANT

MISSION : CREER UN DIAPORAMA

Lors de cette mission, vous aurez à créer un diaporama afin présenter votre travail.

Travail à faire :

1. Cherchez 5 enseignes qui se trouvent dans le même secteur d'activité.
(Ex : magasins de chaussures).
Vous devez créer 5 slides différents. 1 slide par magasin choisi.
2. Indiquez pour chaque magasin :
 - Le nom du magasin
 - Le Logo
 - Des images de l'intérieur de chaque magasin
3. Présentez chaque magasin
 - Le nombre de magasin en France et à l'international
 - La cible (quel type de client achète, quel(s) produit(s),...)
 - Les points communs entre les 5 magasins (couleurs, ambiance, mobilier,...)
4. Vous présenterez votre travail à l'oral

Consignes enseignant :

Ici, nous avons utilisé Classroomscreen pour donner les consignes aux élèves. Cela est projeté via le vidéoprojecteur durant toute la séance. Nous avons utilisé les icones proposés et notamment l'horloge et le minuteur pour apprendre aux élèves à rendre un travail dans un temps donné.

Séance 3	J'imagine mon magasin	
Objectif pédagogique	Proposition d'un choix de magasin : réalisation de croquis et cahier des charges	
Environnement et usages numériques	<u>Configuration espace pédagogique</u> <ul style="list-style-type: none"> - « En feux de camp » - 12 à 15 élèves - Par groupe ou individuellement 	<u>Supports numériques</u> <ul style="list-style-type: none"> - Ordinateur prof - Vidéoprojecteur - Wifi
Mobilier	Tables, chaises.	
Supports et ressources pédagogiques	<ul style="list-style-type: none"> - Feuilles type Canson A3 ou A4 - Feutres - Crayons et crayons de couleurs 	
Info(s) complémentaire(s)	Séance dans le cadre du chef-d'œuvre. Projet : « création d'un magasin pédagogique » <ul style="list-style-type: none"> - 3 enseignants (2 Eco Gestion, 1 Arts-Appliqués). - Approche pluridisciplinaire de la compétence à construire avec l'élève. 	
Synthèse	Présentation orale de leurs travaux	

ATELIER « J'IMAGINE MON MAGASIN »

MISSION :

Lors de cette mission, vous aurez à imaginer votre futur magasin pédagogique en 2 étapes (Remplir le tableau vierge pour ensuite réaliser un croquis).

Exemple d'un magasin streetwear :

Éléments	Description
Type de magasin	Ex : Streetwear
Pour qui ?	Quelle(s) clientèle(s) ? quel(s) âge(s), sexe(s), catégorie(s) sociale(s), habitude(s) d'achat(s), politique(s) de prix, ...
Quel(s) produit(s)/Accessoires ?	Ex : baskets, jogging, t-shirt, casquettes,
Sol	Quel(s) revêtement(s) ?...
Murs	Quelle(s) couleur (s)...
Plafond	Quel style ? Quel(s) matériau (x),...
Couleurs	Quelle palette de couleurs ?
Mobilier	Portant(s), banc(s), tables(s), étagère(s), cabine d'essayage, comptoir/caisse, ...
Quel(s) équipement(s)	Prises, Ordinateur ? caisse ? scan ?
Ambiance	Quelle(s) musique(s), lumière(s), odeur (s),...

Travail à faire :

1. Remplir le tableau vierge ci-dessous (en vous aidant de l'exemple ci-dessus).
2. Puis, dessinez un croquis à l'aide des éléments récoltés dans le tableau.

Consignes enseignant :

- Sur poste informatique : Les élèves sont disposés en feu de camp. L'enseignant aura une vision globale des travaux menés et ainsi pouvoir aller à la rencontre des élèves individuellement.
- Poster sur « l'espace partagé de la classe » **le tableau vierge et le tableau d'exemple** afin que les élèves puissent dans un 1^{er} temps le remplir et dans un 2nd temps passer à la partie « croquis ».

Eléments	Description
Type de magasin	
Pour qui ?	
Quel(s) produit(s)/Accessoires ?	
Sol	
Murs	
Plafond	
Couleurs	
Mobilier	
Quel(s) équipement(s)	
Ambiance	