

Titre	Principes et outils de communication II
--------------	--

Filière	Domaine	Année de validité
Information documentaire	Service et communication	2017 - 2018
N°	Obligatoire	Semestre de référence
733-1n		S3

Prérequis

Composition du module

No	Unités de cours	Total des crédits
733-11nF	Marketing	
733-11nA	Marketing	
733-12nF	Formation de formateurs	
733-12nA	Train the trainer	
		ECTS 5

Règles de validation du module

Module acquis si la moyenne des évaluations des unités de cours est supérieure ou égale à 4.
 Rattrapage possible si la moyenne est comprise entre 3.9 et 3.5
 Module à refaire si la moyenne est inférieure à 3.5.

Unité de cours	Marketing	No 733-11nF
-----------------------	------------------	--------------------

Objectifs

Les SID fonctionnent dans un environnement qui évolue rapidement. Ceux qui utilisent les théories et les applications du marketing ont l'avantage d'offrir un service centré sur l'utilisateur. En effet, les stratégies du marketing et de la promotion permettent aux SID de maintenir la pertinence de leur offre et d'anticiper les demandes des usagers. Pour appliquer ces stratégies, les bibliothécaires doivent acquérir les compétences, attitudes et connaissances leur permettant d'utiliser une approche marketing.

Ce cours identifie les éléments d'une approche marketing dans des situations telles que la création d'un SID, son repositionnement ou sa promotion. Cette approche repose sur des actions méthodiques qu'il s'agit de s'approprier.

des Marketing-Managements vorgestellt und durch praxisnahe Anleitungen, Best Practice, Check- und Link-Listen ergänzt. Um den Einstieg zu erleichtern, sind die Themen anhand des Marketing-Management-Prozesses in Einheiten zusammengefasst, die auch in sich geschlossene Themenbereiche darstellen:

- Der Marketingplan
- Die Analysen (Interne und Umfeldanalyse, SWOT-Analyse)
- Die Marketinganalyse
- Die Marketingmassnahmen
- Die Marketingkontrolle

Studierende sind nach dem Unterricht in der Lage

- Die Marketingausgangslage einer Informationseinrichtung zu analysieren.
- Das Potential einer Informationsrichtung mit Mitteln des Marketings zu erkennen.
- Die Kernelemente eines strategischen Marketingplans zu erarbeiten.
Die verschiedenen Instrumente eines Marketingplans zu erkennen.
- Die Handlungsfelder in einem Plan darzustellen und argumentativ zu vertreten.

Description du contenu par mots-clés

Marketing für Informationseinrichtungen , Marketing für Informationsdienstleistungen Marketingplan

Organisation

Crédits	Périodes d'enseignement	Type de cours	Langue
	30 heures	Theorieunterricht Fallbeispiele Gruppenpräsentation	A

Modalités d'évaluation

Contrôle continu :

Laufende Evaluierung anhand von Fallbeispielen. Präsentation eines Marketingplans mittels eines konkreten Falles am Schluss des Unterrichts, der benotet wird.

Examen en session (du 22 au 26 janvier 2018) : Aucun

Unité de cours Formation de formateurs
No 733-12nF
Objectifs

A la fin des 30 heures de cours, les étudiant-e-s devront être en mesure de :

1. Démontrer leurs compétences de formateur/trice-s
2. Traduire une demande de formation en objectifs pédagogiques
3. Choisir et adapter les contenus d'une activité de formation
4. Choisir des méthodes d'enseignement
5. Créer des séquences d'enseignement
6. Choisir des méthodes d'évaluation des apprentissages adaptées
7. Evaluer son travail
8. Travailler en groupe
9. Evaluer le travail de groupe
10. Prendre la parole en public

Description du contenu par mots-clés

Ce cours de 30 heures couvre les principales théories et approches liées à la construction d'une activité de formation. Par l'entremise d'activités telles que des exposés, des discussions, des exercices individuels et de groupes, les étudiant-e-s seront amené-e-s à développer un ensemble de compétences liées à l'ingénierie pédagogique.

Organisation

Crédits	Périodes d'enseignement	Type de cours	Langue
	30 heures	Exposés théoriques, travail de groupe, travail individuel	F

Modalités d'évaluation

Contrôle continu :

La note de chaque étudiant-e sera constituée à partir de trois éléments :

- Analyse individuelle sur les apprentissages réalisés (1/4)
- Analyse collective sur le travail de groupe (1/4)
- Présentation et déroulement de l'activité de formation en groupe (1/2)

Examen en session (du 22 au 26 janvier 2018) : Aucun

Unité de cours Train the trainer
No 733-12nA
Objectifs

Die Studentinnen und Studenten

1. können Pädagogik, Didaktik und Methodik definieren und kennen die Zusammenhänge.
2. kennen die didaktischen Modelle und deren Entstehungsgeschichte.

3. wissen wie sie in Gruppen arbeiten.
4. kennen Unterrichtsmethoden und können diese anwenden.
5. kennen den Prozess der Unterrichtsplanung, Umsetzung und Durchführung und können ihn anwenden.
6. kennen Evaluationsmethoden und können diese auf eigene und fremde Sequenzen anwenden.
7. kennen ihren Präsentationsstil und wissen, wie man richtig präsentiert und moderiert.

Description du contenu par mots-clés

Didaktik und Pädagogik – Methodik – Lerntheorien – Didaktische Modelle – Unterrichtskonzeption – Unterrichtsdurchführung – Unterrichtsevaluation – Unterrichtsmethoden – Weiterbildung und Erwachsenenbildung im Kontext I und D – Gruppendynamik – Evaluation der TeilnehmerInnen – Präsentation – Moderation

Organisation

Crédits	Périodes d'enseignement	Type de cours	Langue
	30 heures	Exposés théoriques, travail de groupe, travail individuel	A

Modalités d'évaluation

Contrôle continu :

- Planung, Umsetzung und Durchführung der Unterrichtseinheit (1/2)
- Evaluation der Kolleginnen und Kollegen (1/4)
- Persönliche Evaluation (1/4)

Examen en session (du 22 au 26 janvier 2018) : Aucun