المدرسة العليا للتربية والتكوين
ⵜⵉⵎⵙⵙⵓⵔⵜ ⵜⴰⵏⴰⵡⴰⵢⵜ ⴷ ⵜⵅⵎⵎⴰⵔⵜ ⴰ ⵓⵎⵙⵙⵉⵡⵍ
ECOLE SUPÉRIEURE DE L'ÉDUCATION ET DE LA FORMATION

Master : Ingénierie Pédagogique et Didactique des Sciences

Module : S2- M123 : CULTURE ENTREPRENEURIALE ET TECHNIQUES DE COMMUNICATION

Année universitaire 2025/2026

Coordonnateur du module : Pr. Abdelkhaleq DRAOUI

1. Objectifs visés

A l'issue de ce module, l'étudiant (e) sera en mesure de :

- Renforcer sa capacité à porter un projet innovant
- Distinguer les différents types d'entrepreneuriat (tech, social, culturel, durable) et adopter une posture entrepreneuriale
- Élaborer un positionnement stratégique différenciant pour un projet (SWOT, proposition de valeur)
- Construire un plan de communication multicanal adapté à une cible
- Maîtriser les techniques de prise de parole et de storytelling pour *pitcher* un projet
- Concevoir des supports visuels et vidéo percutants avec des outils numériques
- Savoir mobiliser l'oral, le visuel et le numérique pour convaincre partenaires, financeurs ou jurys

2. Public cible

Etudiants de l'ESEF

3. Stratégie Pédagogique

- Montage du projet innovant de l'idée au Prototype en groupe
- Méthodes actives et participatives : mise en situation, jeux de rôles…
- Ateliers collaboratifs encadrés (coaching)
- Apprentissage par projet (entrepreneurial ou intrapreneurial)
- Utilisation des outils numériques (plateformes collaboratives, supports créatifs…)
- Invités professionnels (entrepreneurs, incubateurs, communicants)

4. Modalités d'Evaluation

- Examen de fin de semestre : 50%
- Contrôles continus :50% (assiduité, travaux à rendre, tests, mini-projets…)

5. Plan Du Cours

Semaine N	Séance N	Contenus
Semaine 1	Séance 1	**1- Culture Entrepreneuriale avancée** **Objectif :** À l'issue de la séance, l'étudiant sera capable de distinguer les différents types d'entrepreneuriat **Ecosystème entrepreneurial et typologies (les différents types d'entrepreneuriat)**

		1- Culture Entrepreneuriale avancée – Approfondissement des types d'entrepreneuriat (technologique, social, culturel, durable) 1.1- Entrepreneuriat technologique : modèles disruptifs, scalabilité… 1.2- Entrepreneuriat social : finalité sociale ou environnementale, gouvernance participative… 1.3- Entrepreneuriat culturel : création artistique et viabilité économique, statuts hybrides (associatif, commercial). 1.4- Entrepreneuriat durable : soutenabilité environnementale au cœur du modèle (économie circulaire, régénération).
	Séance 2 :	**Activité 1 :** Étude de cas comparative entre une entreprise "Green-Tech" et une entreprise sociale locale. **Activité 2 :** Identifier et justifier – Quatre modèles entrepreneuriaux
Semaine 2	**Séance 3 :**	**Objectif :** Développer une "posture" de leader capable de fédérer une équipe. **L'Individu au cœur du projet : Entrepreneur vs Intrapreneur** - Le concept d'intrapreneuriat : comment innover au sein d'une structure existante. - Analyse des *soft skills* (résilience, empathie, audace). - Leadership et prise de risque calculée.
	Séance 4 :	**Activité :** Test d'auto-diagnostic de profil entrepreneurial et débat sur la gestion de l'échec
Semaine 3	**Séance 5 :**	**2- Positionnement stratégique du projet** **Objectif :** Savoir exprimer la valeur ajoutée singulière de son propre projet **Vision stratégique et proposition de valeur** - Passage de l'idée au concept. - Utilisation du *Value Proposition Canvas*. - Définition de la mission, de la vision et des valeurs de l'entreprise.
	Séance 6 :	• **Activité :** De l'idée au concept – Construire sa proposition de valeur.
Semaine 4	**Séance 7 :**	**Objectif :** Valider la pertinence stratégique du projet face aux réalités du marché. **Diagnostic et Différenciation** - Analyse SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces), stratégie de différenciation. - Étude de la concurrence directe et indirecte. - Stratégie de l'Océan Bleu (créer un espace de marché sans concurrence).
	Séance 8 :	• **Activité : Atelier SWOT et différenciation :** diagnostiquer les forces/faiblesses d'un projet, les opportunités/menaces de son

		environnement, puis construire une stratégie pour se démarquer des concurrents
Semaine 5	**Séance 9 :**	**3- Stratégies de communication entrepreneuriale** **Objectif :** Apprendre à ne pas "parler à tout le monde" mais à toucher la bonne cible. **Plan de Communication et Ciblage** - Méthodologie du plan de communication. - Définition des *Personas* (clients types). - Sélection des canaux (médias vs hors-médias). - Calendrier de déploiement.
	Séance 10 :	**Activité :** Construire son plan de communication
Semaine 6	**Séance 11 :**	**Objectif :** Maîtriser les outils de visibilité numérique pour construire une communauté. ***Branding* et Communication Digitale** - Identité visuelle et verbale (Tone of voice). - Stratégies social media (LinkedIn, Instagram). - Email marketing et bases du SEO. -
	Séance 12 :	**Activité :** Construire sa marque en ligne : les outils numériques pour développer une identité et une communauté.
Semaine 7	**Séance 13 :**	**4- Pitch et storytelling** **Le Storytelling ou l'art de convaincre par le récit** - Techniques de prise de parole : voix, posture, regard, gestion du stress - Les structures narratives. - Communication émotionnelle vs communication factuelle. Pourquoi le cerveau retient les histoires.
	Séance 14 :	**Activité TD – Storytelling : construire et *pitcher* son récit**.
Semaine 8	**Séance 15 :**	**Objectif :** Rendre un projet complexe intelligible et mémorable en un temps record. **Ingénierie du *Pitch* (Structure et Accroche)** - Les 6 étapes clés : Le problème, la solution, le marché, le business model, l'équipe et le "Ask" (besoin). Techniques d'accroches (Hook) percutantes.
	Séance 16 :	**Activité : Rédaction d'un pitch à présenter en 3 minutes.**
Semaine 9	**Séance 17 :**	**Objectif :** Aligner sa communication non-verbale avec son message de futur dirigeant. **Techniques de prise de parole et non-verbal** - Travail sur la voix (débit, silence), - La posture (ancrage au sol), - Le regard et la gestion du stress (respiration).

	Séance 18 :	- **Activité :** Ateliers de théâtre d'improvisation pour tester la réactivité face aux imprévus.
Semaine 10	**Séance 19 :**	**5- Supports visuels et outils numériques** **Objectif :** Produire des supports visuels de niveau professionnel sans être graphiste. **Supports visuels et outils numériques** - Création de présentations impactantes (PowerPoint, Canva, Genially…) - Principes du design (hiérarchie visuelle, psychologie des couleurs). -Introduction à la vidéo pitch (format court, vertical, viral)
	Séance 20 :	**Activité :** Création des premières slides du pitch final.
Semaine 11	**Séance 21 :**	**Objectif :** Savoir utiliser la technologie pour fluidifier le travail d'équipe. **Collaboration et agilité digitale** - Présentation des outils collaboratifs (*Trello, Slack, Notion*). - Gestion du temps et des priorités en équipe projet.
	Séance 22 :	**Activité :** Simulation d'une gestion de crise sur un outil de gestion de projet.
Semaine 12	**Séance 23 :**	**6- Mise en situation finale** **Le "Demo Day" (Grand Jury)** - Déroulement : Présentation par groupe (12 min par groupe : 3 min de pitch + 9 min de Q&A). Jury composé de professionnels et / d'enseignants.
	Séance 24 :	- Feedback : Retour immédiat sur la cohérence stratégique et la qualité de la communication. - Évaluation : Grille critériée portant sur la posture, la clarté de la proposition de valeur et la qualité des supports.
Examen fin de module		

6. BIBLIOGRAPHIE SELECTIVE

- **Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011).** *Business model nouveau génération : Guide stratégique pour les visionnaires, les révolutionnaires et les challengers*. Pearson.
- **Ries, E. (2014).** *Lean Startup : Adoptez l'innovation continue*. Pearson.
- **Maurya, A. (2013).** *Lean Canvas : Créez des modèles d'affaires qui marchent*. Diateino.
- **Cialdini, R. B. (2017).** *Influence et manipulation : Comprendre et maîtriser les mécanismes et les techniques de persuasion*. First.
- **Gallo, C. (2015).** *Talk like TED : Les 9 secrets des orateurs charismatiques pour convaincre et réussir*. Dunod.
- **Heath, C., & Heath, D. (2008).** *Cultivez les idées qui marchent : Pourquoi certaines idées survivent et d'autres meurent*. Village Mondial.
- **Duarte, N. (2011).** *Vibrations : Transformez vos présentations en histoires visuelles pour captiver et conquérir votre auditoire*. Pearson.

- **Boutillier, S. (2009).** Aux origines de l'entrepreneuriat social. Les affaires selon Jean-Baptiste André Godin (1817-1888). *Innovations, 29*(2), 115-136. https://doi.org/10.3917/inno.029.0115

- **Riot, E. (2013).** À l'école de l'entrepreneuriat social – Quatre initiatives pédagogiques dans l'enseignement supérieur. *Entreprendre & Innover*, *18*(1), 24-34. https://doi.org/10.3917/entre.181.0024

- **Strategyzer. (2014).** *Test your value proposition: Supercharge Lean Startup and CustDev principles*. https://www.strategyzer.com/library/test-your-value-proposition-supercharge-lean-startup-and-custdev-principles