



ENSEIGNEMENT FACULTATIF – WEBMARKETING – BAC PROFESSIONNEL

<p><u>Intitulé De l'enseignement :</u> Webmarketing, de la création du site à la mise en ligne de contenus</p>	<p><u>Horaire total :</u> La durée moyenne hebdomadaire de l'enseignement facultatif est de 3 heures. Pour chacune des années du cycle de formation, l'horaire hebdomadaire ne doit pas être inférieur à 2 heures.</p>
--	--

Cet enseignement facultatif s'inscrit dans une logique d'é-éducation : création de contenus multimédias (infographie, conception web), publication sur le web (e-citoyen et e-réputation, présence sur le web, etc).

Il permet aux élèves de mettre en œuvre des projets variés, de compléter et d'enrichir leurs apprentissages informatiques, mercatiques et communications et d'approfondir leur culture numérique.

Objectifs généraux :

- x Proposer un enseignement d'ouverture et de découverte des problématiques actuelles de notre société moderne qui valorise la créativité et contribue à l'orientation des apprenants,
- x Sensibiliser les apprenants aux différentes applications pratiques de l'informatique en regard de leur futur métier et aux questions de société qu'elles peuvent poser, fournir les notions fondamentales correspondantes.

Disciplines & horaires :

T.I.M.	TP / TD	36 h / an
E.S.C.	TP / TD	36 h / an
Mercatique	TP / TD	36 h / an

Rapport d'opportunité :

Cet enseignement vise à :

- x leur permettre d'appréhender l'informatique et internet autrement et de manière responsable,
- x leur faire découvrir le travail en équipe, la méthodologie de projet et le travail collaboratif en réseau,
- x leur donner de réelles capacités d'analyse d'une problématique qu'ils pourront valoriser dans le cadre de leur poursuite d'étude en BTSA,
- x développer leur autonomie,
- x leur donner une plus-value sur le marché de l'emploi,
- x leur permettre d'informatiser leur organisation et de créer un site web en respectant la législation, s'ils s'installent,
- x améliorer leurs capacités dans le domaine de la communication, de l'expression écrite,
- x prolonger les enseignements reçus tout au long de la scolarité (validé par le B2i) poursuivis en seconde et première en technologies de l'informatique et du multimédia en leur permettant d'acquérir des compétences liées à une autre facette de l'informatique,
- x participer à la validation du B2i Lycée.

Évaluation :

- x Le dispositif d'évaluation fait pleinement partie d'une pédagogie de projet liée à cet enseignement. Il s'agit d'un contrôle en cours de formation (qui peut être réalisé seul ou en groupe) sous la seule responsabilité des professeurs mais pour lequel ils peuvent demander la participation de partenaires impliqués dans le projet.
- x Le dispositif d'évaluation est défini en début d'année en faisant l'inventaire des compétences à acquérir et en explicitant les critères de réussite et les niveaux d'exigence.
- x **L'évaluation du travail de groupe, qui n'excède pas 50 % de la note finale**, porte sur le résultat du travail (s'il y a réalisation collective) et peut intégrer des critères relatifs à la dynamique de projet, à la communication, à l'organisation du travail, aux relations dans le partenariat, ou au climat dans le groupe.
- x L'évaluation individuelle peut prendre la forme d'épreuves ponctuelles d'analyse ou de pratique portant sur des savoir-faire. La constitution d'un dossier de recherches et de travaux personnels peut servir de support à l'évaluation.

- x Un élève peut présenter une épreuve au baccalauréat professionnel.
- x Les notes obtenues aux contrôles en cours de formation sont prises en compte dans le calcul de la moyenne de l'examen au titre des épreuves facultatives selon deux possibilités :
- x prise en compte des résultats obtenus en classe de terminale ou
- x prise en compte des résultats obtenus au cours des deux années du cycle terminal.

Mots et expressions clefs :

- x Développement web
- x Référencement
- x Marketing
- x Communication
- x Infographie

Les apprentissages s'appuient sur les acquis du module MG4 TIM, MG1 ESC et MP2 Mercatique.

Cet enseignement est conduit en pédagogie du projet et en étroite collaboration entre les enseignants qui interviennent en fonction des besoins des projets des élèves.

Il peut être décliné dans chacune des filières :

- **Secteur de la production horticole** : site web de l'entreprise (catalogue des ventes, présentation de l'outil de production, e-marketing, positionnement, référencement, etc)
- **Secteur de l'aménagement paysager** : site web de l'entreprise (prestations proposées, devis en ligne, présentation de chantiers réalisés, e-marketing, positionnement, référencement, etc)
- **Secteur technico-commercial animalerie et jardinerie** : sites web de l'entreprise (catalogue de vente, e-marketing, positionnement, référencement, etc)

La "**Pédagogie du projet**" doit s'entendre comme une pratique pédagogique active liée à une posture que doit avoir le formateur pour faire en sorte que les apprenants soient dans une démarche participative et de co-construction d'un savoir grâce à un fil rouge "le projet" (ce projet étant une réalisation, une production concrète et réelle).

Les contenus et les notions essentielles doivent alors être vus par les apprenants en lien avec leur projet et au travers de celui-ci. Le projet n'est pas une fin en soi, mais un média. La pédagogie du projet permet ainsi aux apprenants de se confronter à des situations problèmes qu'ils génèrent eux-mêmes et qui sont sources de la mise en place d'une réflexion autour de ce problème à résoudre et permettent à l'apprenant d'enrichir leurs connaissances, de modifier leurs représentations.

Contenus	Compétences attendues	Recommandations pédagogiques
Objectif n°1 – Gestion de projet		
<p>Objectif 1.1 – Développer les capacités de relation favorisant l'insertion sociale et professionnelle</p> <p>Objectif 1.2 – Préparer à une participation active, éclairée et exigeante à la vie sociale, civique et culturelle pour une meilleure maîtrise de l'information et de son traitement</p> <p>Objectif 1.3 – Aboutir à une production collective de qualité par la méthodologie de projet</p>	<p>- Développer son imagination et sa créativité</p> <p>- Utiliser les langages, outils, techniques spécifiques du champ concerné</p> <p>- Aboutir à une réalisation et la promouvoir</p> <p>- Évaluer l'action conduite dans les différentes phases de la réalisation ainsi que dans le fonctionnement interne du groupe</p>	<p>- Les différentes composantes sont mises en œuvre dans le cadre d'apprentissages centrés sur des méthodes et des savoir-faire ainsi que sur des travaux de type analytique et des pratiques langagières</p> <p>- Ces pratiques d'expression trouveront leur aboutissement dans une réalisation collective favorisant l'imaginaire et la créativité</p> <p>Cette production est collective (groupe restreint), mais chaque élève doit être impliqué dans le travail de conception et de réalisation. Les exigences d'un travail de création (même modeste) doivent permettre d'aboutir à une production de qualité.</p> <p>Les heures consacrées à cette réalisation peuvent être regroupées en demi-journées, journées entières, plusieurs jours consécutifs, voire une semaine entière, selon les exigences des projets.</p>

Contenus	Compétences attendues	Recommandations pédagogiques
<p>Objectif 1.4 – Se situer dans une démarche de projet et de communication et d'animation du site web</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apprendre la démarche d'anticipation et d'organisation : distinguer la planification, la répartition des tâches, la recherche d'info et les moyens nécessaires - Se mobiliser sur un projet nécessitant une démarche de communication et d'animation 	<p>Intégrer la pédagogie de contrat : la négociation, le dispositif de suivi, l'évaluation.</p> <p>L'exploration des possibles et avant-projet (motivations, ressources, opportunités, obstacles, difficultés, risques) et la constitution des groupes représentent une phase importante.</p> <p>L'objectif d'animation nécessite un support de communication et implique une médiation avec un public-cible.</p>
<p>Objectif 1.5 – Être dans une démarche de projet</p> <p>x Anticiper l'action</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le groupe analyse le contexte et les moyens (ressources, contraintes, attentes, etc). - Le groupe détermine des choix de communication (choix de l'objectif de la démarche, du public, des moyens et supports utilisés). 	
<p>x Mettre en œuvre le projet et aboutir à une réalisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Le groupe planifie l'action en définissant les étapes du calendrier, il répartit en son sein les tâches. - Il s'adapte et négocie : en réalisant des bilans intermédiaires en constatant les écarts et en réajustant son action. - Il prend en compte les aspects relationnels : en son sein et avec le public et les partenaires éventuels. - Le groupe est attentif à la promotion et à la valorisation de son projet. 	
<p>Objectif n°2 – Développement Web</p>		
<p>Objectif 2.1 – Se familiariser avec le HTML</p> <p>x Acquérir les bases de HTML Découvrir le fonctionnement des sites web.</p>	<p>Être capable d'utiliser l'éditeur de texte pour fabriquer une page web, les navigateurs pour visualiser les pages.</p>	<p>Présenter le HTML et CSS : deux langages pour créer un site web.</p> <p>Les balises et leurs attributs. Structure de base d'une page HTML. (Organiser son texte, les paragraphes, les titres, la mise en valeur, les listes, etc)</p> <p>Créer des liens vers un autre site, vers une autre page de son site, vers une ancre.</p>
<p>x Mettre en forme une page web avec CSS Découvrir les feuilles de style CSS</p>	<p>Être capable de gérer les images.</p> <p>Être capable de mettre en place le CSS. Être capable d'appliquer un style : sélectionner une balise.</p>	<p>Les différents formats d'images. Insérer une image. Les figures.</p> <p>L'histoire du CSS. Où écrit-on le CSS ? Appliquer un style : class et id, les sélecteurs avancés. Formater du texte. La taille. La police. Italique, gras, souligné...L'alignement. Les flottants.</p>

Contenus	Compétences attendues	Recommandations pédagogiques
<p>Objectif 2.2 – Gérer un système de gestion de contenus (CMS type wordpress, Prestashop ou Joomla).</p> <ul style="list-style-type: none"> x Publier son site en respectant les aspects juridiques x Installer un CMS x Installer des extensions adaptées au projet x Sauvegarder/restaurer/migrer un système de gestion de contenus (CMS type wordpress) et le protéger. x Gérer les statistiques 	<p>Être capable de choisir un nom de domaine, un hébergeur.</p> <p>Être capable de télécharger la dernière version, consulter les notes de version et les pré-requis techniques.</p> <p>Être capable de d'utiliser un client FTP.</p> <p>Être capable de créer une base de données.</p> <p>Être capable de procéder à l'installation.</p> <p>Être capable de procéder à l'installation d'extensions.</p> <p>Être capable de gérer la sauvegarde du site (base de données et espace web).</p> <p>Être capable de restaurer une sauvegarde.</p> <p>Être capable de migrer un site vers un autre hébergeur.</p> <p>Être capable de mettre en place des outils de suivi</p>	<p>Gérer la couleur et le fond. Couleur du texte. Couleur de fond. Images de fond. La transparence.</p> <p>Gérer les bordures et les ombres.</p> <p>Téléchargement des programmes (libres ou gratuits) nécessaires pour travailler suivant la teneur des projets.</p> <p>Les aspects juridiques en matière de publication.</p> <p>Exemples : les images, les sons, les vidéos, les galeries, les réseaux sociaux, etc</p> <p>Protection du site contre les attaques</p> <p>En lien avec la communication et la mercatique.</p> <p>Exemples : les outils du webmaster, Google analytics, le module Jetpack de wordpress, etc</p>

Objectif n°3 – Communication et Infographie

<p>Objectif 3.1 – Réfléchir de façon concertée à une identité visuelle adaptée au projet</p> <p>Objectif 3.2 – Mettre en place une charte graphique</p> <ul style="list-style-type: none"> x Établir une stratégie de communication x Utiliser des outils d'infographie x Écrire pour le web 	<p>Être capable de penser l'habillage</p> <p>Être capable de tester des thèmes graphique, s'inspirer des tendances actuelles</p> <p>Être capable de gérer le référencement naturel (ancres de lien, titres, mots clés, outils de SEO, etc)</p> <p>Être capable de paramétrer et de personnaliser un thème.</p> <p>Être capable de créer et de mettre des visuels</p> <p>Être capable de prendre en compte les particularités de l'écriture pour le web.</p>	<p>Prendre en compte l'adaptabilité (thème responsive) aux différents terminaux (smartphone, tablette, PC)</p> <p>Présence sur les réseaux sociaux - Community manager (Compte twitter, page Facebook)</p> <p>Échanges de liens</p> <p>Exemples : Création et intégration d'un logo, d'une bannière, etc</p> <p>Utiliser les hyperliens, utiliser le gras, l'italique, utiliser les styles.</p>
--	---	--

Contenus	Compétences attendues	Recommandations pédagogiques
Objectif n°4 – Mercatique – Générer du trafic ciblé et fidéliser (génération de prospects et optimisation d'un site Internet Marchand)		
<p>Objectif 4.1 – Analyser le marché</p> <ul style="list-style-type: none"> x Étudier les cyber-consommateurs x Étudier les cyber-concurrents en fonction du projet x Étudier le cadre réglementaire pour les consommateurs. <p>Objectif 4.2 – Définir un plan mercatique du site web</p> <p>Objectif 4.3 – L'e-communication commerciale</p> <p>Objectif 4.4 – Analyser les performances commerciales du site.</p> <ul style="list-style-type: none"> x Utiliser les outils de diagnostic et d'optimisation x Caractériser la performance <p>Objectif 4.5 – Sensibiliser à la notion de coût</p>	<p>Être capable d'analyser les statistiques du site Web Être capable de comprendre le comportement et les profils des internautes Être capable d'évaluer la performance commerciale et marketing du site</p> <p>Être capable de définir les objectifs du projet Être capable de choisir les indicateurs</p> <p>Être sensibilisé aux coûts de création, de maintenance et de suivi du site</p>	<p>Profil des acheteurs en ligne-comportement d'achat (taux d'équipement, habitudes d'achat, panier moyen) –les différents segments</p> <p>Les informations légales devant figurer sur le site</p> <p>Exemples : l'offre produits-services, le système de démonstration et d'argumentaire percutant, le cyber marchandisage (ou e-merchandising)</p> <p>Exemples : l'exploitation des données collectées, utilisation d'une newsletter, etc</p> <p>Aider à la décision concernant les changements Analyser les campagnes marketing et optimiser</p> <p>Exemples : Créer et implémenter les tags, analyser les résultats</p> <p>Exemples : maintenance technique, publication de contenu, actualisation et gestion d'une page facebook, etc</p>