



Projets responsables 2019-2020

Bachelor
Salle : MR 040
Horaire : 16h15 - 20h00

Professeur responsable : Pr Pierre-Jean Benghozi
Chargé d'enseignement suppléant : Yoann Buyck
Assistantes de pédagogie : Rim Bitar et Yelena Saltini
2019-2020 Semestres d'automne et de printemps

1 – PRÉSENTATION DU COURS

Notre objectif : Révéler et valoriser la part entrepreneur qui est dans chacun des étudiants en développant sa capacité à mener des projets responsables.

Notre devise : « Qui ne progresse pas, régresse »

Notre pragmatisme : Transformer l'acquisition de compétences en argent ; puis convertir ces fonds en un projet humanitaire.

Notre mobilisation : Les anciens étudiants de « Projets Responsables » ont décidé, ensemble, de transmettre les savoirs-faire acquis durant ce cours à leurs successeurs. Chaque année dix d'entre eux s'investissent directement dans l'enseignement ayant repris les méthodes et les outils que la Pr Bergada leur a transmis à leur demande.

Notre stratégie : Mettre tous nos moyens à disposition pour que chaque étudiant acquière les principes fondamentaux nécessaires à la réalisation de tout projet (de la conception au bilan en passant par son exécution) en tenant compte des responsabilités sociales, humaines et environnementales que cela implique.

Les principales compétences acquises par les étudiants :

- Développer son aptitude au travail de groupe pour mener un projet commun en partenariat avec une ONG œuvrant dans l'éducation dans les pays défavorisés.
- Créer une marque unique pour attirer et fidéliser une communauté au fil de l'année.
- Développer des compétences digitales pour enrichir cette communauté (site web, vidéo, affiches, réseaux sociaux, presse, etc.).
- Acquérir des techniques de communication différenciées pour présenter un projet à différents publics (étudiants, dirigeants ...) via différents canaux (oral, écrit, web...).
- Concevoir et conduire des événements efficaces et cohérents pour *in fine*, récolter le montant financier nécessaire à la réalisation sur place du projet humanitaire choisi initialement par le groupe.

L'atteinte des objectifs financiers par les groupes des années précédentes peut être consultée [ici](#) :

<https://web.archive.org/web/20180804024402/http://fere-oidc.ch/>

2 - MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La participation aux deux semestres est attendue, bien que le cours soit validé en 2 semestres.

I - Semestre d'automne (Projets responsables 1)

Pour atteindre notre mission, le cours sensibilise les étudiants à la gestion de projets responsables à travers :

1. la présentation de paradigmes qui ont forgé la pensée occidentale actuelle ;
2. la présentation des méthodes de gestion de projet en découlant nécessaires à leur réalisation ;
3. des objectifs précis permettant aux étudiants de se situer dans leur apprentissage ainsi que dans la gestion de leur projet et permettant aux enseignants d'intervenir efficacement cours après cours ;
4. la mise en place d'actions concrètes et mesurables sur le terrain qui composent les livrables sur lesquels les étudiants sont finalement évalués.

Pour le bon déroulement du semestre, nous veillons à ce que les étudiants matérialisent en permanence les compétences acquises à chaque cours grâce à des indicateurs précis figurant dans le descriptif des séances.

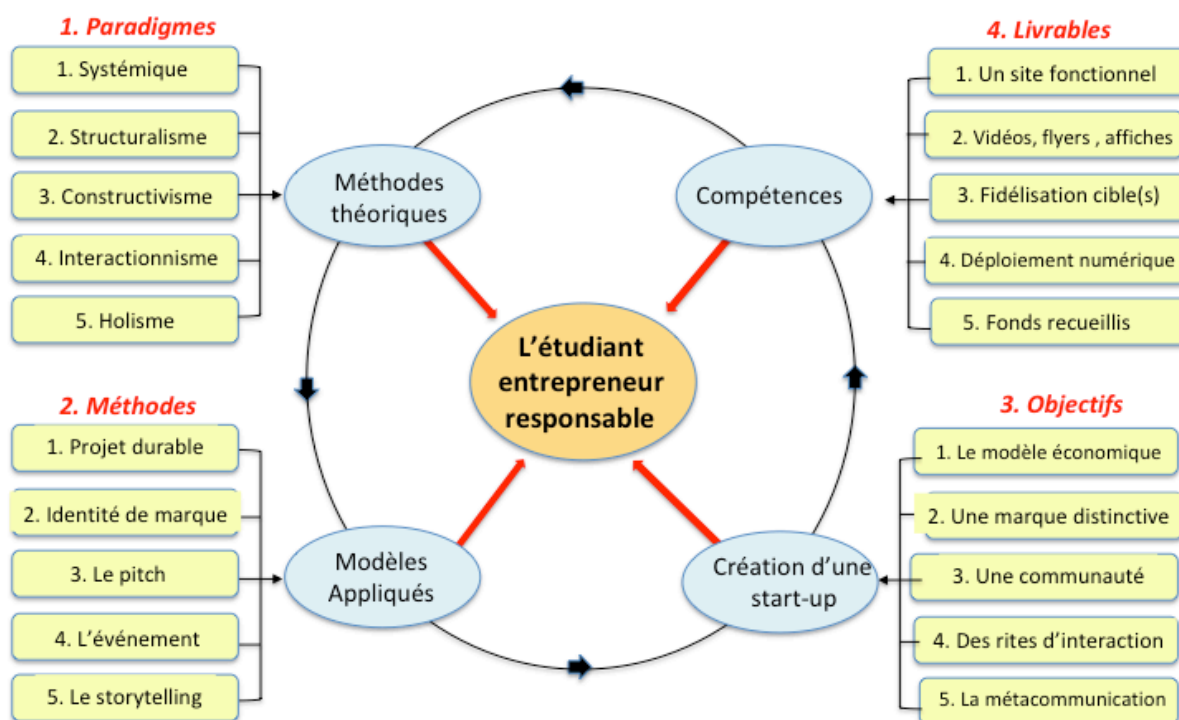


Fig. 1 : Le modèle conceptuel et pragmatique du cours

Les séances de cours durent 4 heures à raison d'une semaine sur deux (en moyenne) au semestre d'automne :

1. Chaque séance débute par la présentation des groupes d'étudiants sur l'état d'avancement de leur projet (45 min).
2. Suit l'exposé d'une méthode théorique (1h).
3. Suit l'exposé d'un concept et d'une méthode spécifiques enracinés dans le paradigme par des anciens étudiants (1h30).

Le travail de terrain - Semestre d'automne (Projets responsables 1)

1. Les étudiants, en groupe de maximum cinq, prennent en charge un projet relié à l'éducation dans le cadre d'une ONG caritative qui oeuvre dans le domaine de l'éducation dans les pays en voie de développement (construction d'une école, salaire d'un enseignant, matériel scolaire...).
2. Les projets sont proposés aux étudiants au premier cours. Toutes les ONG ont été validées pour leur fiabilité et leur solidité par une fondation accréditée : Terre des Hommes Suisse, ASED, ... certaines travaillant depuis plusieurs années avec « Projets Responsables ».
3. Les méthodes apprises en cours sont appliquées à ce projet. Elles constituent le dossier final à rendre en janvier qui compte pour 60% de l'évaluation.
4. Des événements sont menés pour récolter des fonds pour l'action humanitaire choisie. L'atteinte de l'objectif financier fixé en début de cours et la qualité des événements comptent pour 40% de l'évaluation.

II - Semestre de printemps (Projets responsables 2)

L'ambition du cours durant ce semestre a pour objectif d'assurer une montée en puissance des projets du semestre d'automne en y couplant à l'appropriation et l'utilisation des ressources du numérique.

1. Durant le semestre de printemps, les étudiants consolident leurs acquis. Ils réalisent des engagements en couplant la poursuite d'un travail personnel et l'élaboration collective d'une plateforme pédagogique numérique. Celle-ci contribue à la consolidation et à la visibilité de leurs « Projets Responsables ».
2. L'objectif est donc de développer à partir de l'utilisation des outils numériques avec les étudiants et de la mise en valeur de leurs projets, une plateforme pédagogique numérique innovante autour de Projets Responsables. Le caractère innovant de ce second semestre réside dans le fait qu'il soit porté par les étudiants eux-mêmes et construit progressivement à partir de leurs apports.
3. Contenu de la plateforme :
 - Outil de science participative (« crowdsourcing ») : s'appuyer sur l'interface de la plateforme pour conduire des questionnaires en ligne, susciter l'identification et la remontée de cas intéressants, mener des sondages...
 - Ressources documentaires : alimentées par les travaux, vidéos et projets des étudiants (dossiers, mémoires, revues d'état de l'art...) : C.f. site [e-sens](#)
 - Réseau social : structuration et animation du réseau des alumni et anciens étudiants porteurs du projet et ayant repris le cours Projets Responsables.
 - Agrégateurs et vitrines des projets des étudiants, outils pour accompagner les levées de fonds.
 - Espace et forum public d'échanges et de discussion autour des projets, de leurs modalités, de leur devenir, de leurs enjeux.
 - Création d'une vidéo de 2 à 4 minutes à diffuser sur la plateforme et relayer dans les réseaux sociaux. L'objectif est que chaque vidéo soit vue au minimum par plus de 200 personnes et relayée par au moins 5 comptes Facebook (autre que ceux du groupe).
4. Modalités :
 - Développement avec l'accompagnement des alumni.
 - Contenu du site nourri par l'agrégation des développements effectués au fil des projets conçus dans Projets Responsables 1.
 - 12 heures d'enseignement au numérique et aux techniques de communication en ligne.
 - Conduire des actions de terrain complémentaire(s) de celle(s) du 1^{er} semestre. par l'appropriation des fonctionnalités du numérique et leur utilisation dans un contexte réel.
 - Déployer ses compétences dans un environnement très différent de celui du semestre d'automne.

Chaque année, la plupart des groupes remplissent l'intégralité de ces engagements. D'autres rencontrent encore des difficultés à s'organiser et à réussir tous les challenges. Certains groupes choisissent de ne pas remplir tous les engagements (et ils échouent donc le cours). *In fine*, c'est l'enseignement que chacun en a tiré et qu'il utilisera tout au long de sa carrière professionnelle qui importe.

Le travail de terrain - Semestre de printemps (Projets responsables 2)

1. De février à juin, les étudiants font vivre leur projet à travers la plateforme numérique commune..
2. Le cours se présente comme un ensemble d'engagements à réaliser pour démontrer de l'autonomie croissante et l'appropriation des outils numériques par des étudiants entrepreneurs.
3. Chaque groupe est noté sur la mise en œuvre de leur activité en ligne : contributions à la plateforme, descriptif des actions et ressources documentaires ajoutées, vidéo, animation de la communauté et du forum d'échange ainsi que les leçons tirées.

3 - ÉVALUATION DES ÉTUDIANTS

Semestre d'automne (Projets Responsables 1)

Évaluation qualitative du dossier	60%
○ Le dossier est structuré et rédigé de façon professionnelle	2pts
○ Il témoigne de la compréhension et application des concepts et outils	2pts
○ Assiduité, exactitude et professionnalisme de chaque partie	2pts
Évaluation des événements	40%
○ Chacun des 2 événements a rapporté plus de CHF 1'000,-	2pts
○ Cohérence de la stratégie événementielle	2pts
○ Efficacité de la politique de communication (dont numérique)	2pts

Semestre de printemps (Projets Responsables 2)

Évaluation des 4 livrables :	100%
○ Contribution à la plateforme collective et assurer une présence numérique par le développement d'une stratégie numérique	1,5 pts
○ Développement d'une stratégie numérique et de fidélisation du projet	1,5 pts
○ Élaboration d'une vidéo ou d'un contenu multimédia	1,5 pts
○ Organisation d'événements et atteinte de l'objectif financier	1,5 pts

L'équipe enseignante se réserve à tout moment le droit de pénaliser un étudiant qui aurait manqué à ses engagements auprès du groupe après accord avec les autres membres.

Plan de cours de Projets Responsables 1 Semestre d'automne

Séances	Thème du cours
1 Jeudi 19/09/19 16h15 – 17h00 17h15 – 18h30 18h30 – 19h00 19h15-20h00	<p><i>Présentation du cours, attentes, objectifs, enjeux.</i></p> <p><u>1.1. Témoignage d'un directeur d'ONG (Philippe Pidoux)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation du milieu humanitaire et de ses contraintes • Vidéo « Les racines du don » 10' et discussion avec les étudiants <p><u>1.2. Introduction du cours (Pr Benghozi & Pr Bergadaà)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce qu'un projet responsable ? • Le projet du semestre : ses grandes étapes • Les grilles de sélection des projets et la FERE • Les ONG accompagnatrices (Terre des Hommes Suisse, ASED...) <p><u>1.3. Les conseils des assistants (Rim Bitar et Yelena Saltini)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation et analyse des travaux des années précédentes • Rôle des différents acteurs <p><u>1.4. Stratégie digitale (Pr Benghozi)</u></p> <p>Le modèle économique doit être construit dès le départ pour donner une ligne directrice qui définit les objectifs visés, la stratégie et les moyens à mettre en œuvre. Ces derniers, bien que flexibles au long du projet, doivent être cohérents les uns par rapport aux autres et tenir compte de notre société digitalisée pour optimiser les chances de fidéliser la ou les cible(s) visée(s).</p>
2 Jeudi 3/10/19 TD 16h15 – 17h00 <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> COURS 17h00 – 18h00 18h15– 20h00	<p><u>Restitution par les étudiants : Comment établir un modèle économique viable dans la gestion de projet en tenant compte de notre société digitalisée ?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiche synoptique du projet pressenti • Centre de gravité du projet • Éléments constitutifs de l'équipe (rôle, complémentarité, force, etc.) <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p><u>2.1. Paradigme : La perspective systémique (Yelena Saltini)</u></p> <p>Accéder à un système complexe comme l'entreprise oblige à passer d'une vision analytique à une vision systémique. À partir des travaux de K. L. von Bertalanffy, il a montré comment construire un système organisationnel qui s'appuie sur les composants du système concerné pour mettre en œuvre une stratégie qui mobilise les acteurs et se régule selon les résultats obtenus, les pressions, l'environnement et/ou les évolutions de son projet.</p> <p><u>2.2. Méthode : Projet durable (Isacco Saracchi & Céline Béliet)</u></p> <p>Aucun projet ne peut réussir s'il ne s'ancre pas dans un véritable modèle économique. Un projet pour être durable doit anticiper à la fois une communication cohérente et une gestion financière (des revenus comme des dépenses) ancrées dans la réalité du terrain.</p>

<p style="text-align: center;">3</p> <p><u>Jeudi 10/10/19</u></p> <p style="text-align: center;">TD</p> <p>16h15 – 17h00</p> <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p style="text-align: center;">COURS</p> <p>17h00 – 18h00</p> <p>18h15– 20h00</p>	<p><u>Restitution par les étudiants : Comment organiser un projet qui attire et rassemble autour de valeurs partagées tant par les organisateurs que par la ou les cible(s) ?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Présenter une première ébauche de modèle économique • Présenter un calendrier du semestre suivant une approche par projet • Présentation de l'ONG (grille d'analyse) et du projet soutenu plus en détail <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p><u>3.1. Paradigme : La perspective structuraliste (Rim Bitar)</u> Le structuralisme inscrit chaque mode de communication dans un système culturel émanant d'une volonté sociale particulière. Cette « structure », externe à l'Homme, s'impose à lui et sous-tend ses échanges dans le cadre de « faits sociaux totaux ». À partir des travaux initiaux de F. de Saussure et de C. Levi-Strauss, nous aborderons les perspectives développées dans la communication au XXe siècle.</p> <p><u>3.2 Méthode : La structuration de marque (Rim Bitar)</u> La création d'une personnalité de marque permet de créer et de communiquer une image organisationnelle unique et fédératrice, puis de gérer la persistance de la marque. Les réflexions préalables nécessaires à la création de marque s'ancrent dans une identité de groupe ainsi que les stratégies de communication cohérente à la fois vis-à-vis de la personnalité du groupe et de sa ou ses cible(s).</p>
<p style="text-align: center;">4</p> <p><u>Jeudi 24 /10/19</u></p> <p style="text-align: center;">TD</p> <p>16h15 – 17h00</p> <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p style="text-align: center;">COURS</p> <p>17h00 – 18h00</p> <p>18h15– 20h00</p>	<p><u>Restitution par les étudiants : Comment créer et fidéliser une communauté autour de sa marque ?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation de la marque, de ses signifiés et signifiants • Validation du nom et de la promesse de marque • Première ébauche du logo • Chaque groupe a commencé la réalisation d'un site web qui rend compte de l'image de marque créée pour construire une communication globale cohérente tant dans ses signifiants que dans ses signifiés <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p><u>4.1. Paradigme : La perspective constructiviste (Yoann Buyck)</u> Le constructivisme se distingue de l'approche behavioriste en considérant que la culture est l'ensemble des habitudes et des aptitudes acquises par l'homme en tant que membre d'une société. À partir des travaux initiaux de J. Piaget et de L. S. Vygotsky, nous aborderons les perspectives développées dans les interactions sociales, notamment par R. Bandler et J. Grinder.</p> <p><u>4.2. Méthode : Le pitch (Yoann Buyck et Yelena Saltini)</u> Une réalisation concrète, que ce soit un film, un podcast, un événement, un livre... repose sur une connaissance systématique de la cible, de ses attentes, des moyens à disposition... pour mettre en place des moyens et outils de communication adaptés aux circonstances. Le pitch est un moyen fiable de construire une cohérence dans la conception du projet entre les différentes dimensions. Son application est donc déterminante à l'identification et la différenciation de la ou des cible(s) et des moyens à mettre en œuvre à l'atteinte de celle(s)-ci. Le pitch du projet ayant pour but de présenter le projet des étudiants et le pitch d'une vidéo ayant pour but la levée de fonds seront étudiés et comparés.</p>

<p style="text-align: center;">5</p> <p><u>Jeudi 14/11/19</u></p> <p style="text-align: center;">TD</p> <p>16h15 – 17h00</p> <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p style="text-align: center;">COURS</p> <p>17h00 – 18h45</p> <p>18h15– 20h00</p>	<p><u>Restitution par les étudiants : Comment adapter son discours selon les parties prenantes à travers la méthode du pitch pour susciter l'intérêt et l'adhésion du plus grand nombre ?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Chaque groupe aura réalisé le pitch de leur projet et le pitch de leur vidéo. Il le présentera en 5 minutes • Déploiement médiatique en place et prévisionnel (quel média, pourquoi et comment) <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p><u>5.1. La réalisation de délivrables via le numérique (Pr Benghozi)</u> Organisation du travail et échéanciers. Chaque groupe sera capable de verbaliser (à l'écrit comme à l'oral) son projet de façon synthétique, systématique et adaptée à la cible en mettant en œuvre la méthode du pitch pour le communiquer auprès des médias les plus pertinents (journaux, TV, radios) à la captation de la cible identifiée.</p> <p><u>5.2. Les délivrables : (Site web, films, réseaux sociaux)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentations de la plateforme collective (Y. Saltini) • Organisation du travail et création d'une vidéo (Pr Benghozi) • Atelier : Pitch du contenu multimédia • Comment créer une vidéo
<p style="text-align: center;">6</p> <p><u>Jeudi 28/11/19</u></p> <p style="text-align: center;">TD</p> <p>16h15 – 17h00</p> <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p style="text-align: center;">COURS</p> <p>17h00 – 18h00</p> <p>18h15– 20h00</p>	<p><u>Restitution par les étudiants : Comment adapter son discours selon les parties prenantes à travers la méthode du pitch pour susciter l'intérêt et l'adhésion du plus grand nombre ?</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Proposition de communiqué de presse (événement ou projet) • Déploiement médiatique en place et prévisionnel (quel média, pourquoi et comment) <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p><u>6.1. Paradigme : La perspective interactionniste (Yelena Saltini)</u></p> <p>L'interactionnisme inscrit la relation intersubjective des acteurs les uns par rapport aux autres. L'approche intersubjective aborde le vécu situationnel des acteurs et les multiples sens que revêtent leurs interventions. La communication est fondée sur des rites d'interactions. Ces rites d'interactions doivent être anticipés, formalisés et partagés par l'ensemble du groupe pour une communication efficace avec toutes les parties prenantes. À partir des travaux initiaux de G. Simmel et de H. Blumer, nous aborderons les perspectives développées par l'École de Chicago, et nous distinguerons les travaux d'E. Goffman de ceux d'H. Becker.</p> <p><u>6.2. Méthode : L'événement (Kourosh Canellini & Dan Perez)</u></p> <p>La mise en place d'une logique événementielle requiert à la fois une capacité d'anticipation et d'organisation, et la maîtrise des techniques de fédération des parties prenantes. Les organisateurs doivent établir en amont : les facteurs de succès permettant de fédérer, une stratégie de communication solide ainsi que les risques inhérents à l'organisation.</p>

<p style="text-align: center;">7 <u>Jedi 12/12/19</u></p> <p style="text-align: center;">TD 16h15 – 18h15</p> <hr/> <p>18h30 – 19h30</p>	<p><u>Restitution par les étudiants</u> : <i>Comment fédérer et fidéliser du monde autour de sa marque par l'événementiel ?</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Déroulé du (ou des) événement(s) envisagé(s) ou réalisé(s) selon le modèle• Présentation des facteurs de succès et des risques éventuels anticipés• Stratégie de fidélisation des parties prenantes (participants, partenaires, bénévoles, etc.)• Comment la stratégie numérique renforce-t-elle l'événement ? <hr/> <p><u>7.1. Bilan (Pr Benghozi)</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Bilan du semestre• Ajustement de la stratégie numérique
--	---

Plan de cours de Projets Responsables 2 Semestre de printemps

Ce semestre est consacré au développement et à l'animation, avec les étudiants et à partir de la mise en valeur de leurs projets, de la plateforme pédagogique numérique autour de Projets Responsables.

Les étudiants « déploient » l'action sur la plateforme collective en approfondissant le projet créé au semestre précédent, dans la perspective de toucher, grâce à la plateforme et la mise en ligne, une audience élargie. Ils restent en groupes et mèneront plusieurs actions d'envergure.

Séances	Thème du cours
<p>1 Jeudi 20.02.2020</p> <p style="text-align: center;">TD</p> <p>16h15 – 17h45</p> <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p style="text-align: center;">ATELIER</p> <p>18h00 – 20h00</p>	<p><u>1. Le storytelling (Nourhan El Aroussy & Jean Gafan)</u> Alors que durant des siècles l'écrit a dominé la communication dans une optique d'appropriation individuelle, le XXI^e siècle se traduit par l'émergence d'une communication de type technologique véhiculée par le Web. La transmission orale est redécouverte au travers du storytelling.</p> <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p><u>1.2 Parole en action (Pr Bergadaà)</u> L'apport de cet atelier-formation est de permettre à chacun d'aller à la découverte de sa voix (la libérer, poser son timbre et sa puissance, développer son souffle), de chercher ses ressources de parole (organisation dialectique des idées, appuis sur les principes de rhétorique, écouter), et de développer sa force de conviction (la position du corps, l'aisance, le rythme, l'harmonie, etc.).</p>
<p>2 Jeudi 27.02.2020</p> <p style="text-align: center;">COURS</p> <p>16h15 – 20h00</p> <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/>	<p><u>Restitution par les étudiants :</u></p> <p style="padding-left: 20px;">Débriefing des actions conduites au semestre 1 et développement envisagé Présentation des vidéos de chaque groupe réalisées à partir du pitch défini en octobre et novembre Discussion et débat autour des vidéos : qualité, adéquation au pitch, contribution au projet...i</p> <hr style="border-top: 1px dashed blue;"/> <p><u>2.1. Introduction du cours su semestre 2 (Pr Benghozi et Yoann Buyck)</u></p> <p style="padding-left: 20px;">- Présence en ligne et rôle du numérique Débriefing Projets Responsables 1 et perspectives d'actions des groupes Stratégie de déploiement de la vidéo (mise en ligne, réseaux sociaux, etc.)</p>

<p>3 Jeudi 12.03.2020</p>	<p><u>Restitution par les étudiants :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation des films finalisés et mis en ligne pour le crowdfunding • Storytelling du projet en présentation orale • Point d'étape • Discussion des stratégies numériques de chaque groupe
<p>TD 16h15 – 17h00</p>	
<p><u>COURS</u> 17h15 – 19h00</p>	<p><u>3.1. Stratégie numérique et éditorialisation de contenus en ligne (Pr Benghozi)</u></p> <p>Chaque groupe doit participer à la plateforme collective et autour de son projet, et définir une ou plusieurs action(s) de son choix, complémentaire(s) de celle(s) réalisée(s) au semestre d'automne.</p> <p>Chaque groupe doit aussi lancer un débat public en ligne autour de son projet (forum) et de la plateforme collective, contribue à les animer et les faire vivre et stimule le financement de leur projet du semestre d'automne (crowdfunding). Le but est d'appréhender les différentes stratégies numériques (par exemple, l'utilisation des réseaux sociaux) pour fédérer les communautés cibles autour de leur projet.</p>
<p><u>ATELIER</u> 19h15-20h00</p>	<p><u>3.2. Stratégie de levée de fonds (Yoann Buyck, Yelena Saltini et Rim Bitar)</u></p> <p>Chaque groupe doit montrer qu'il est capable de maîtriser la métacommunication et le storytelling pour faire résonner son discours auprès de sa cible (toutes parties prenantes) et ainsi susciter, dans toutes présentations publiques et/ou numériques, l'attention et l'adhésion du plus grand nombre.</p> <p>Chaque groupe devra ainsi lancer une campagne de crowdfunding en utilisant les connaissances et compétences acquises afin d'animer cette campagne et de mener à bien la récolte de fonds.</p>

<p>4 Jeudi 19/03/20</p>	<p><u>Restitution par les étudiants (Yoann Buyck, Yelena Saltini et Rim Bitar) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Roadmap du deuxième semestre • Présentation de l'avancement des projets • Point d'étape
<p>TD 16h15 – 18h00</p>	

4	
Jeudi 26/03/2020	
CONCOURS	
17h30 – 19h00	<p><u>4.1. Concours du/des meilleur(s) projet(s) (Yoann Buyck)</u></p> <p>Chaque groupe montre ses compétences en présentant leur projet devant un public varié composé d'officiels (20min de présentation – 10min de questions) Le but de ce concours est d'être capable de faire une synthèse et de partager la passion qui les anime en appliquant tous les modèles acquis jusque-là pour une présentation de haute qualité de sorte à convaincre un panel de professionnels venus pour attribuer le prix du meilleur projet responsable de l'année selon les critères établis.</p> <p>Le public est composé de représentants des ONG soutenues, d'anciens étudiants de « Projets Responsables », de membres du Conseil de la Fondation pour une Éducation Responsable et Equitable et de représentants des facultés concernées. Le vainqueur désigné par le jury présente son projet devant un cercle de dirigeants le 8 avril à la Mère Royaume. Le prix du public reçoit une somme de CHF 500,- allant directement au projet soutenu.</p> <p>Apéritif</p> <p>Échange et réseautage avec le public et le jury.</p>
19h00 – 20h00	

5	
Jeudi 09.04.2020	
TD	
16h15 – 18h00	<p><u>5.1. Bilan intermédiaire de leur campagne de fonds (Yoann Buyck, Yelena Saltini, Rim Bitar)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les besoins/limites/réussites de leurs campagnes ? • Point d'étape

6	
Jeudi 30.04.2020	
COURS	
16h15 – 20h00	<p><u>6.1. Point d'étape (Pr Benghozi et Yoann Buyck)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation finale • Clôture des projets

7	
Jeudi 07.05.2020	
COURS	
16h15 – 20h00	<p><u>6.1. Conclusion (Yoann Buyck, Yelena Saltini, Rim Bitar)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bilan des projets • Débriefing annuel • Transmission et capitalisation • Conclusion