



SILVER UP

Digital solutions to support mentoring in social innovation

for senior entrepreneurs through Adult Education

2020-1-FR01-KA204-080520

Tronc commun conceptuel et didactique pour soutenir
l'innovation sociale des entrepreneurs seniors (IO2)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

© SILVER UP CONSORTIUM, JUILLET 2021

PAYS	ORGANISATION
France	Coopérative d'Activité et d'Emploi dans les Services A la Personne et la Silver Economie [SILVER SAP]
Espagne	Instituto para el Fomento del Desarrollo ya la Formacion [INFODEF]
Portugal	Mindshift Talent Advisory [Mindshift]
Espagne	Universidad de Salamanca [USAL]
Turquie	Istanbul Valligi [GOI]
Irlande	Innoquality Systems Limited [INQS]

TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	5
Dimension 1: Conscience de soi.....	7
Unité 1. Théorie du mentorat.....	7
Unité 2. Profil de mentor.....	11
Unité 3. Profil du mentoré.....	15
Unité 4. Etat d'esprit du mentorat: compétences relationnelles.....	18
Unité 5. Etat d'esprit du mentorat: compétences en communication.....	22
Unité 6. Etat d'esprit du mentorat: compétences en résolution.....	26
Dimension 2: Développement professionnel & formation continue.....	31
Unité 1. Entrepreneuriat des seniors.....	31
Unité 2. Mentorat pour le développement professionnel.....	34
Unité 3. Types de programmes de mentorat.....	39
Unité 4. Mentorat inversé.....	42
Unité 5. Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat pour l'entrepreneuriat des seniors.....	45
Unité 6. Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat inversé..	47
Dimension 3: Résultat & orientation de l'action.....	50
Unité 1. Entrepreneuriat social.....	50
Unité 2. Innovation sociale.....	52
Unité 3. Silver Economie.....	56
Unité 4. Entreprendre pour avoir un impact.....	59
Unité 5. Transition vers l'emploi indépendant.....	61
Unité 6. Types d'entreprise sociale et de stratégies d'entreprise sociale.....	65
Unité 7. Modèle de business plan social.....	70
Unité 8. Pratiques de gestion pour la durabilité.....	74
Dimension 4: Outils & Ressources numériques.....	79
Unité 1. Mentorat en ligne.....	79
Unité 2. Stratégie de marque du social business.....	83
Unité 3. Marketing numérique.....	87
Unité 4. Commerce en ligne.....	91

Unité 5. Entrepreneuriat Numérique.....	95
Unité 6. Réseautage en ligne	99
Liste des références.....	104

Introduction

Ce Tronc commun Conceptuel et Didactique (TCD) est composé d'un document analysant et décrivant les **bases théoriques et les approches pédagogiques de pointe les plus pertinents** pour former les mentors des seniors pour soutenir l'innovation sociale des entrepreneurs seniors.

- a) **Bases théoriques:** règles, principes, ou théories sur les méthodes et les ressources d'enseignement et d'apprentissage non conventionnelles pour former des mentors seniors afin de soutenir l'innovation sociale des entrepreneurs seniors.
- b) **Approches pédagogiques:** la manière dont les enseignants appliquent des méthodes et des ressources pour former des mentors seniors afin de soutenir l'innovation sociale des entrepreneurs seniors.

Le contenu de ce Tronc commun conceptuel et didactique est entièrement lié à l'OI1 (Cadre de compétences en compétences de mentorat pour soutenir l'innovation sociale pour les entrepreneurs seniors), en respectant les dimensions qui ont été établies à l'origine.

Dimension 1. **Conscience de soi**

Dimension 2. **Développement professionnel & formation continue**

Dimension 3. **Résultat & orientation de l'action**

Dimension 4. **Outils numériques & Ressources**

Ces quatre dimensions sont structurées en deux niveaux :

1. Le premier niveau (**LES BASES**) regroupant les unités d'apprentissage orientées vers le développement de connaissances factuelles et théoriques sur les principaux thèmes du projet - mentorat, entrepreneuriat, entrepreneuriat des seniors, innovation sociale, entrepreneuriat social, silver économie, ressources et outils numériques pour soutenir les pratiques de mentorat et les pratiques de l'entrepreneuriat social.
2. Le second niveau (**PRACTIQUE**) rassemblant des unités d'apprentissage orientées vers la promotion du développement de compétences et d'attitudes sur les principaux thèmes du projet - mentorat, entrepreneuriat, entrepreneuriat des seniors, innovation sociale, entrepreneuriat social, silver économie, ressources

et outils numériques pour soutenir les pratiques de mentorat et les pratiques de l'entrepreneuriat social.

Les unités à développer dans le cadre de chacune des dimensions sont comme suit :

Dimension		Unité
Dimension 1	BASES	1. Théorie du mentorat
		2. Profil du Mentor
		3. Profil du Mentoré
	PRATIQUE	4. Etat d'esprit du mentorat: compétences relationnelles
		5. Etat d'esprit du mentorat : compétences en communication
		6. Etat d'esprit du mentorat : compétences en résolution
Dimension 2	BASES	1. Entrepreneuriat des seniors
		2. Mentorat pour le développement professionnel
		3. Type de programmes de mentorat
		4. Mentorat inversé
	PRATIQUE	5. Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat pour l'entrepreneuriat des seniors
		6. Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat inversé
Dimension 3	BASES	1. Entrepreneuriat social
		2. Innovation sociale
		3. Silver économie
		4. Entreprendre pour avoir un impact
	PRATIQUE	5. Transition vers le travail indépendant
		6. Types d'entreprise sociale et de stratégie d'entreprise sociale
		7. Modèle de business plan social
		8. Pratiques de gestion de durabilité
Dimension 4	BASES & PRATIQUE	1. Mentorat en ligne
		2. Stratégie de marque du business social
		3. Marketing numérique
		4. E-commerce
		5. Entrepreneuriat numérique
		6. Réseautage en ligne

Dimension 1: Conscience de soi

La dimension Conscience de soi inclut des unités d'apprentissage conçues pour permettre à l'apprenant senior d'évaluer, de pratiquer, d'acquérir ou d'améliorer des compétences en mentorat. Toutes les compétences en mentorat définies dans cette dimension seront analysées et pratiquées du point de vue des rôles du mentor et du mentoré. La première dimension a pour objectif d'améliorer la conscience de l'apprenant senior de son profil de mentor/mentoré. La conscience de soi est une compétence clé dans le mentorat. Un bon mentor peut reconnaître et comprendre leurs propres forces et limites. Cette capacité aide le mentor à guide les mentorés à comprendre leur estime de soi et leurs capacités générales.

Unité 1. Théorie du mentorat

Introduction

Cette unité a pour objectif de soutenir les entrepreneurs seniors et les mentors seniors avec informations nécessaires portant sur les théories et les modèles de mentorat, ses avantages, ses étapes et ses valeurs.

Le Mentorat est décrit comme « la pratique qui aide et conseille une personne moins expérimentée pendant une période, notamment dans le cadre d'un programme formel dans une entreprise, une université, etc » Dictionnaire Oxford. C'est une relation individuelle dans laquelle un individu utilise une personne plus expérimentée, en général plus âgée, comme conseiller et guide. Être un mentor aide à acquérir des compétences en matière de développement de personnes et de retour d'information, tandis que les mentorés bénéficieront d'un soutien professionnel. Il offre des avantages mutuels tant au mentor qu'au mentoré.

La prochaine section inclut les différentes définitions du mentorat, sa comparaison avec le coaching, les étapes du mentorat, les théories du mentorat, les avantages pour les mentors et les entrepreneurs seniors, les modèles de mentorat et les valeurs du mentorat.

Description

Le mentorat est un outil utile dans le domaine de l'entrepreneuriat. Les mentors utilisent des expériences de vie pour offrir des conseils et aider les mentorés à se projeter et obtenir des connaissances. C'est un concept différent de celui du coaching. De plus, il possède ses propres étapes, théories, modèles et valeurs.

Des informations sur le mentorat seront fournies aux mentors seniors et aux mentorés dans cette unité. Les sujets à couvrir sont:

A. Qu'est-ce que le mentorat?

Le mentorat a une grande importance dans le développement entrepreneurial des mentorés. Il aide les mentorés à acquérir une notion de développement et de croissance des entreprises. Cette unité aide les mentors seniors et les mentorés à reconnaître les concepts de base du mentorat, ses définitions, objectifs, règles de bases et enjeux. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Son origine
- b) Sa définition
- c) Ses objectifs
- d) Règles de base du mentorat
- e) Enjeux du mentorat

B. Mentorat vs. coaching

Le mentorat et le coaching sont souvent confondus car ce sont des concepts étroitement liés. Dans cette section, les différences entre le mentorat et le coaching seront présentées. Les sujets qui seront abordés dans cette section sont:

- a) Différences entre mentorat et coaching

C. Étapes du mentorat

Une relation de mentorat efficace comporte quatre étapes bien définies. Dans cette section, les caractéristiques importantes de ces étapes seront couvertes. Les sujets qui seront abordés dans cette section sont :

- a) Initiation
- b) Approche
- c) Séparation
- d) Redéfinition

D. Théories du mentorat

Dans les dernières décennies, le mentorat est apparu comme une méthode efficace

d'apprentissage et d'orientation pour différents groupes cibles. Dans cette section, on se concentrera sur les aspects de 3 théories de mentorat. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Théorie du développement
- b) Théorie de l'apprentissage
- c) Théorie sociale

E. Avantages du mentorat pour le mentor et le mentoré

Le mentorat a des avantages à la fois pour les mentors seniors et les entrepreneurs. Dans cette section, ces avantages seront présentés. Les sujets à couvrir dans cette section sont:

- a) Développement personnel
- b) Soutien psychologique
- c) Accompagnement gestion de carrière (instrumental)

F. Modèles de mentorat

Pour proposer un mentorat efficace, il est important de connaître les différents modèles de mentorat adapté aux entrepreneurs seniors. Dans cette section, différents modèles seront présentés. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Mentorat informel
- b) Mentorat développemental
- c) Mentorat structurel
- d) Mentorat par les pairs
- e) Mentorat à long terme
- f) Mentorat descendant
- h) Mentorat inversé (« reverse mentoring »)

G. Valeurs du mentorat

Le mentorat requiert certaines règles qui doivent être suivies par les deux parties. Dans cette section les aspects éthiques du mentorat seront présentés.

Approche méthodologique

Puisque le contenu s'adresse aux mentors et mentorés seniors, les principes de l'apprentissage andragogique sera pris en compte dans le développement du contenu de formation selon l'andragogie de Malcom Knowles. Des exemples de vie pouvant être utilisés basés sur leurs propres expériences de vie seront conçus. Le contenu sera fourni

sous forme de texte, et il sera accompagné de visuels et de vidéos appropriés. Des activités et des tâches à réaliser individuellement seront fournies aux apprenants. Des documents de lectures plus détaillés sur les profils de mentorat seront fournis.

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi pris en compte dans la création des contenus de formation. Les étapes clés de l'apprentissage auto-dirigé seront être prêt à apprendre, fixer des objectifs d'apprentissage, s'engager dans le processus d'apprentissage et évaluer l'apprentissage. Ces étapes sont compatibles avec les principes de l'apprentissage andragogique.

L'apprentissage transformateur de Jack Mezirow est une autre méthodologie qui pourrait être utilisée pour la création de contenu de formation. Selon cette méthodologie, les adultes peuvent ajuster leur réflexion en se basant sur de nouvelles informations. Les perspectives du monde des adultes sont transformées plus ils apprennent, et cela les aide à obtenir de nouveaux concepts et idées. Les apprenants qui acquièrent de nouvelles informations évaluent aussi leurs anciennes idées et compréhension et change leur vision du monde puisqu'ils acquièrent de nouvelles informations à travers une réflexion critique. Les apprenants devront réfléchir sur leurs propres connaissances et transformer leurs expériences passées en connaissances présentes via des études de cas.

Évaluation

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi utilisé dans l'évaluation. Les apprenants s'engageront dans une autoréflexion et une auto-évaluation de leurs objectifs d'apprentissage et de leurs progrès dans l'unité d'apprentissage et progresseront dans l'unité.

L'évaluation inclura:

- Des tests d'autoévaluation (3 questions par section),
- Des questions vrai-faux (10 questions à la fin de l'unité)
- Un test à choix multiple (10 questions à la fin de l'unité)
- Présentation d'études de cas et d'exercice de planification de scénarios

Les tests d'évaluation seront conçus pour aider les mentors et les mentorés seniors à autoévaluer leur apprentissage.

Le contenu augmentera la connaissance des mentors et des mentorés seniors sur le concept de mentorat en termes d'étapes et d'éthique. Une distinction sera faite entre mentorat et coaching, une analyse des modèles de mentorat sera réalisée et le processus de mentorat sera supervisé.

Aucunes compétences ne sont pré-requises pour cette unité. Les groupes cibles directs de cette unité sont les mentors et les mentorés seniors. Il est attendu qu'ils utilisent le contenu de formation basé sur ce TCD. De plus, les organisations de formation proposant une formation sur le mentorat peuvent être des bénéficiaires secondaires.

Le TCD et le contenu peuvent être directement utilisés dans les programmes éducatifs sur l'entrepreneuriat et le mentorat dans différentes organisations, et cela peut permettre d'inspirer le développement de contenus pour différents groupes cibles.

Aucune difficulté n'a été prévue lors de la création de ce contenu.

Conclusions

L'Unité 1 dans la Théorie du Mentorat a pour objectif de promouvoir les compétences entrepreneuriales et en mentorat des mentors seniors et des entrepreneurs. Les sujets à couvrir sont qu'est-ce que le mentorat, mentorat vs. coaching, les étapes du mentorat, les théories du mentorat, les avantages du mentorat pour les mentors et les mentorés, les modèles de mentorat et les valeurs du mentorat. Le contenu sera conçu en s'appuyant sur les principes de l'apprentissage des adultes et sera proposé comme texte informatif. Il sera accompagné de visuels, de vidéos et de documents de lecture détaillés, ainsi que de tests d'auto-évaluation, de tests à choix multiples et d'études de cas.

Unité 2. Profil de mentor

Introduction

Cette unité a pour objectif d'accompagner les mentors seniors et les entrepreneurs dans le concept de profils de mentor : les caractéristiques de base, les rôles et les attitudes d'un bon mentor dans l'entrepreneuriat.

Un mentor est l'un des deux éléments les plus importants du processus de mentorat. Il est nécessaire que les mentors aient des compétences et des connaissances certaines relatives aux profils de mentor. Un mentor offrant un solide soutien permettra certainement d'améliorer le bien-être professionnel, personnel et psychologique d'un

mentoré et aidera les mentorés à atteindre leurs objectifs. Les compétences de soutien d'un mentor faciliteront les phases de mentorat et renforceront la relation entre mentor et mentoré.

La prochaine section présentera les points suivants : les caractéristiques de base d'un bon mentor, le rôle du mentor dans le processus de mentorat, les attitudes d'un bon mentor dans les phases de mentorat, la compréhension des besoins d'un mentoré et construire un environnement d'apprentissage pertinent.

Description

Un mentor est essentiel dans la promotion de plusieurs compétences en entrepreneuriat. Un mentor apporte au mentoré en termes de soutien socio-émotionnel ou psychologique, de développement de compétences et d'avancé professionnelle, de développement de carrière et de réussite professionnelle. De plus un mentor guide un mentoré de la conception à la croissance de son projet entrepreneurial. Ce processus d'accompagnement nécessite que les mentors prennent certains rôles et responsabilités.

Des informations sur le profil d'un mentor seront fournies aux mentors et mentorés dans cette unité. Les sujets à couvrir dans cette unité sont :

A. Caractéristiques de base d'un bon mentor:

Le mentor transmet des connaissances et apporte un soutien psychosocial à un mentoré en ce qui concerne le travail, la carrière ou le développement professionnel. Certaines compétences facilitent le transfert de connaissances et améliore le mentorat. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Écoute active
- b) Fournir un retour constructif
- c) Ne pas juger
- d) Valoriser une diversité de perspectives
- e) Collaboration avec le mentoré

B) Le rôle d'un mentor dans le processus de mentorat

Le mentor aide le mentoré à trouver la bonne direction en posant des questions, en fournissant des conseils et des encouragements. Le mentor permet au mentoré d'étudier de nouvelles idées et opportunités, ce qui lui permet d'avoir une meilleure conscience de soi, plutôt que de laisser les progrès au hasard. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Quels sont les rôles d'un mentor?
- b) Qu'est-ce qui ne concerne pas le rôle de mentor?

C) Les Attitudes d'un bon mentor dans les phases de la relation de mentorat

Les mentors ont une grande influence sur les mentorés en aidant à découvrir le potentiel caché et à faciliter l'atteinte des objectifs professionnels. Pour ce faire, il faut bien comprendre le mentoré et être capable de planifier et d'organiser les étapes nécessaires au processus de mentorat. Les sujets abordés dans cette section sont les suivants:

- a) Attitudes d'un bon mentor dans les phases d'initiation, d'approche, de séparation et de redéfinition
- b) Comprendre le point de vue et les besoins d'un mentoré
- c) Construire l'environnement pédagogique selon le mentoré

Approche méthodologique

Le contenu s'adresse aux mentors seniors pour aider au processus de mentorat des entrepreneurs seniors. Leur âge et style d'apprentissage sera pris en considération dans l'élaboration du contenu de formation, selon l'andragogie de Malcolm Knowles. Le contenu sera proposé sous forme de texte accompagné de visuels, de vidéos et d'exemples concrets du processus de mentorat. Des documents de lecture détaillés sur les profils de mentor seront fournis.

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi pris en compte dans la création de contenus de formation. Les étapes clés de l'apprentissage auto-dirigé sont d'être prêt à apprendre, de fixer des objectifs d'apprentissage, de participer au processus d'apprentissage et d'évaluer l'apprentissage. Ceux-ci sont compatibles avec les principes de l'apprentissage andragogique.

L'apprentissage transformateur de Jack Mezirow est une autre méthodologie qui pourrait être utilisée pour la création de contenu de formation. Selon cette méthodologie, les adultes peuvent ajuster leur réflexion en se basant sur de nouvelles informations. Les perspectives du monde des adultes sont transformées plus ils apprennent, et cela les aide à obtenir de nouveaux concepts et idées. Les apprenants qui acquièrent de nouvelles informations évaluent aussi leurs anciennes idées et compréhension et change leur vision du monde puisqu'ils acquièrent de nouvelles informations à travers une réflexion critique. Les apprenants devront réfléchir sur leurs propres connaissances et transformer leurs expériences passées en connaissances présentes via des études de cas.

Évaluation

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi utilisé dans l'évaluation. Les apprenants s'engageront dans une autoréflexion et une auto-évaluation de leurs objectifs d'apprentissage et de leurs progrès dans l'unité d'apprentissage et progresseront dans l'unité.

L'évaluation inclura

- Des tests d'autoévaluation (3 questions par section)
- Questions vrai-faux (10 questions à la fin de l'unité)
- Test à choix multiple (10 questions à la fin de l'unité)
- Présentation d'une étude de cas – analyser le profil du mentor.

Les tests d'évaluation sont conçus pour aider les mentors et les mentorés seniors à auto-évaluer leur apprentissage.

Le contenu augmentera les connaissances des mentors et entrepreneurs seniors sur le concept des profils de mentor, les caractéristiques de base d'un bon mentor, le rôle du mentor dans le processus de mentorat, la compréhension des besoins d'un mentoré et la construction de l'environnement pédagogique selon les besoins du mentoré.

Les groupes cibles directs de cette unité sont les mentors et les entrepreneurs seniors. Ils doivent terminer l'Unité 1. Théorie du mentorat de la Dimension 1 avant de commencer cette unité. Cette unité est censée être une ressource d'apprentissage pour les groupes cibles ainsi qu'une ressource d'enseignement inspirante et adaptable pour les formateurs d'adultes et les organisations de formation d'adultes.

Aucune difficulté n'a été prévue lors de la création du contenu.

Conclusions

L'Unité 2 Profil du Mentor a pour objectif d'accompagner les mentors seniors dans l'adoption des caractéristiques de base, des rôles et des attitudes d'un bon mentor dans le domaine de l'entrepreneuriat. Le contenu sera conçu avec l'âge des mentors et des entrepreneurs seniors et des styles d'apprentissage des apprenants adultes concernées. Il sera créé sous forme de texte contenant des visuels, des vidéos et des exemples concrètes du processus de mentorat. Des documents de lecture détaillés et des tests d'auto-évaluation, des questions vrai-faux, des questions à choix multiple et une étude de cas seront fournis.

Unité 3. Profil du mentoré

Introduction

Cette unité a pour objectif de soutenir les mentors et les entrepreneurs seniors avec le concept du profil du mentoré, les caractéristiques de base d'un bon mentoré, la compréhension des entrepreneurs seniors, les rôles et les responsabilités d'un bon mentor dans l'entrepreneuriat et les styles d'apprentissage des apprenants adultes.

Un mentoré est décrit comme "une personne qui est aidée par un mentor ou une personne qui donne à une personne plus jeune ou moins expérimentée de l'aide et des conseils pendant un certain temps, en particulier au travail ou à l'école" (Cambridge Dictionary). Il s'agit d'une excellente méthode pour encourager les compétences entrepreneuriales. Par conséquent, il est important pour un mentor de comprendre les caractéristiques d'un mentoré.

Dans la prochaine section, les caractéristiques de base d'un bon mentoré, les besoins d'un entrepreneur senior, le rôle d'un mentoré dans le mentorat, les styles d'apprentissage et les principes des apprenants adultes seront présentés.

Description

Un mentor et un mentoré sont les deux composantes du mentorat. Tous les deux sont des individus différents avec des objectifs et des caractéristiques différents. Le mentorat fonctionne lorsqu'il répond aux besoins des personnes concernées, il est donc nécessaire de comprendre les caractéristiques des deux rôles. Puisque le mentorat aide à encourager le potentiel d'un mentoré, il est par conséquent essentiel de comprendre les besoins et le profil d'un mentoré.

Des informations relatives au profil de mentoré seront fournies aux mentors et aux entrepreneurs seniors dans cette unité. Les sujets à couvrir dans cette unité sont:

A) Caractéristiques de base d'un bon mentoré

Certaines compétences d'un mentoré facilitent le transfert de savoir-faire et améliore l'impact du transfert de connaissances. Les sujets à couvrir dans cette section sont:

- a) Écoute active
- b) Détermination des objectifs
- c) Apprentissage continu
- d) Collaboration avec le mentor

B) Comprendre un entrepreneur senior

Le mentorat est une collaboration professionnelle dans laquelle le mentor et le mentoré

travaillent ensemble pour promouvoir la croissance personnelle et professionnelle. Il est utile d'étudier les aspects entrepreneuriaux de leur propre personnalité et de les faire participer à l'auto-évaluation. Les sujets à couvrir dans cette section sont:

- a) Les besoins d'un entrepreneur senior en tant que mentoré
- b) Devenir un apprenant actif
- c) Les différences intergénérationnelles entre les mentorés et les mentors

C) Le rôle d'un mentoré dans des processus de mentorat

La définition des rôles mène à une communication fluide et une relation efficace entre un mentor et un mentoré. Il est attendu qu'un mentoré et un mentor se comporte de manière appropriée lors d'un processus de mentorat. Les sujets à couvrir dans cette section sont:

- a) Quels sont les rôles d'un mentoré?
- b) Attitudes d'un mentoré dans les étapes d'initiation, d'approche, de séparation et de redéfinition

D) Styles d'apprentissage des apprenants adultes

L'âge des mentors et des entrepreneurs seniors affectent leur façon d'apprendre. En tant qu'individus adultes, ils ont des styles d'apprentissage uniques. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Les principes d'apprentissage adultes
- b) Mentorat, entrepreneuriat, et apprentissage adulte

Approche méthodologique

Le contenu s'adresse aux mentors seniors pour les aider dans le processus de mentorat des entrepreneurs seniors. Leur âge et leur style d'apprentissage seront pris en compte dans l'élaboration des contenus de formation selon l'andragogie de Malcolm Knowles. Le contenu sera délivré sous forme de texte comportant des visuels, des vidéos et des exemples concrets du processus de mentorat. Des documents de lecture détaillés sur les profils de mentoré seront fournis.

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi pris en compte dans la création de contenu de formation. Les étapes clés de l'apprentissage auto-dirigé sont d'être prêt à apprendre, de déterminer des objectifs d'apprentissage, de participer au processus d'apprentissage

et à l'évaluation de l'apprentissage, qui sont compatibles avec les principes de l'apprentissage andragogique.

L'apprentissage transformateur de Jack Mezirow est une autre méthodologie qui pourrait être utilisée pour la création de contenu de formation. Selon cette méthodologie, les adultes peuvent ajuster leur réflexion en se basant sur de nouvelles informations. Les perspectives du monde des adultes sont transformées plus ils apprennent, et cela les aide à obtenir de nouveaux concepts et idées. Les apprenants qui acquièrent de nouvelles informations évaluent aussi leurs anciennes idées et compréhension et change leur vision du monde puisqu'ils acquièrent de nouvelles informations à travers une réflexion critique. Les apprenants devront réfléchir sur leurs propres connaissances et transformer leurs expériences passées en connaissances présentes via des études de cas.

Évaluation

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi utilisé dans l'évaluation. Les apprenants s'engageront dans une autoréflexion et une auto-évaluation de leurs objectifs d'apprentissage et de leurs progrès dans l'unité d'apprentissage et progresseront dans l'unité.

L'évaluation inclura :

- Des tests d'auto-évaluation (3 questions par section)
- Des questions vrai-faux (10 questions à la fin de l'unité)
- Des tests à choix multiples (10 questions à la fin de l'unité)
- Présentation d'une étude de cas pour analyser le profil du mentoré

Les tests d'évaluation sont conçus pour aider les mentors et les mentorés seniors à auto évaluer leur apprentissage.

L'unité améliorera les connaissances des mentors et des entrepreneurs seniors sur le profil de la personne guidée, les caractéristiques de base d'une bonne personne guidée, la compréhension des besoins d'un entrepreneur senior, la compréhension des différences intergénérationnelles, le rôle de la personne guidée dans le processus de mentorat, les principes et les styles d'apprentissage des apprenants adultes.

Les groupes cibles directs de cette unité sont les mentors et les entrepreneurs seniors. Ils doivent terminer l'Unité 1. Théorie du mentorat et Unité 2. Profil du mentor dans la Dimension 1 avant de commencer cette unité. Cette unité se veut être une ressource

pédagogique pour les groupes cibles ainsi qu'une ressource d'enseignement inspirante et adaptable pour les formateurs d'adultes et les organisations de formation d'adultes.

Aucune difficulté n'a été prévue lors de la création du contenu.

Conclusions

L'Unité 3 Profil du mentoré a pour objectif d'éclairer les mentors et mentorés seniors sur les caractéristiques de base, les rôles et les attitudes d'un bon mentor en entrepreneuriat. Comprendre les besoins d'une personne guidée aide un mentor à utiliser les bonnes stratégies et méthodes de mentorat. Comprendre le profil d'un mentor et d'une personne guidée aide l'un et l'autre à comprendre leurs rôles et leurs tâches et à améliorer leur empathie mutuelle. Le contenu sera conçu en tenant compte des principes d'apprentissage des mentors et des mentorés seniors, grâce à des supports visuels, des vidéos, des études de cas, des lectures complémentaires et un test d'auto-évaluation, des questions de type vrai-faux, un test à choix multiples et une étude de cas.

Unité 4. Etat d'esprit du mentorat: compétences relationnelles

Introduction

Le succès du processus de mentorat est basé sur une forte relation mentor-mentoré. Préserver une bonne relation mène à une meilleure prise de décision, de résolution de problème et l'acquisition de nouvelles compétences. Comprendre les principes, les dynamiques et les stratégies des compétences relationnelles dans le domaine du mentorat facilite le processus de mentorat. Il contribue à clarifier les attentes, une connexion personnelle et des valeurs partagées pour les deux parties.

La prochaine section inclut la nature des relations mentor-mentoré, des conseils, des dynamiques et les principes de la relation mentor-mentoré, incluant la construction d'un lien entre mentor et mentoré, des stratégies et des conseils pour une relation mentor-mentoré réussie.

Description

Le mentorat est une relation de choix pour le développement professionnel dans le domaine des affaires. Ainsi, il est important d'être en mesure de comprendre les composantes et les caractéristiques des relations de mentorat de qualité. Dans cette section, les apprenants auront une meilleure compréhension des caractéristiques et des types de relations de mentorat fortes et saines.

Les sujets à couvrir dans cette unité sont :

A. Comprendre la Nature de la relation Mentor-Mentoré

Le mentorat est un processus qui fait intervenir la communication. Les savoirs-faires sont transférés d'un mentor vers un mentoré à travers une interaction personnelle. Comprendre les dynamiques et l'importance de la relation de mentorat favorise les avantages du mentorat. L'apprentissage se termine grâce à l'interrelation. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Types de relations de mentorat
- b) Principes de construction des relations
- c) Effets d'une forte relation de mentorat sur les opportunités de réseautage

A. Construire un lien dans une relation Mentor-Mentoré

Construire une relation efficace incluant une compréhension mutuelle et une confiance entre le mentor et le mentoré est une composante essentielle d'un mentorat efficace. Dans cette section, les apprenants auront une meilleure compréhension de la façon de construire une relation de confiance avec les mentorés, y compris les méthodes et stratégies pour établir une relation en utilisant différentes compétences.

Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) L'importance de définir les rôles dans le mentorat
- b) Etablir des attentes
- c) Etablir la confiance
- c) Défis dans les relations mentor et mentoré

C. Planifier les différentes étapes de relation mentor-mentoré pour les mentors et les mentorés seniors

Le mentorat est une compétence essentielle en matière d'entrepreneuriat. Il est construit sur un concept d'équipe et apporte des avantages à la fois pour le mentor et le mentoré. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Méthodes et stratégies pour une relation de mentorat efficace
- b) Conseils pour créer une relation mentor-mentoré réussie

Approche méthodologique

Puisque le contenu s'adresse aux mentors et mentorés seniors, leurs principes et styles d'apprentissage seront pris en compte lors de la création de contenu selon l'andragogie de Malcolm Knowles. Les problèmes et les solutions relatifs aux compétences relationnelles seront fournis. Le contenu sera proposé sous forme de texte, et il sera soutenu par des supports visuels et des vidéos appropriés. Les apprenants se verront proposer des activités et des tâches à réaliser individuellement. Ils recevront également du matériel de lecture supplémentaire.

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi pris en considération dans la création de contenus de formation. Les étapes clés de l'apprentissage autonome sont : être prêt à apprendre, fixer des objectifs d'apprentissage, s'engager dans le processus d'apprentissage et évaluer l'apprentissage, qui sont compatibles avec les principes de l'apprentissage andragogique.

L'apprentissage transformateur de Jack Mezirow est une autre méthodologie qui pourrait être utilisée pour la création de contenu de formation. Selon cette méthodologie, les adultes peuvent ajuster leur réflexion en se basant sur de nouvelles informations. Les perspectives du monde des adultes sont transformées plus ils apprennent, et cela les aide à obtenir de nouveaux concepts et idées. Les apprenants qui acquièrent de nouvelles informations évaluent aussi leurs anciennes idées et compréhension et change leur vision du monde puisqu'ils acquièrent de nouvelles informations à travers une réflexion critique. Les apprenants devront réfléchir sur leurs propres connaissances et transformer leurs expériences passées en connaissances présentes via des études de cas.

Évaluation

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi utilisé dans l'évaluation. Les apprenants s'engageront dans une autoréflexion et une auto-évaluation de leurs objectifs d'apprentissage et de leurs progrès dans l'unité d'apprentissage et progresseront dans l'unité.

L'évaluation inclura:

- des tests d'auto-évaluation (3 questions pour chaque section),
- des questions vrai-faux (10 questions à la fin de l'unité)
- test à choix multiples (10 questions à la fin de l'unité)
- Présentation des études de cas et exercices de planification de scénarios.

Les tests d'évaluation sont conçus pour aider les mentors et les mentorés seniors à autoévaluer leur apprentissage.

Le contenu augmentera les connaissances des mentors seniors et des mentorés en matière de compétences relationnelles dans le cadre du mentorat. Il améliorera les compétences et aptitudes à mieux gérer leur relation selon le rôle qui leur est conféré.

Les apprenants doivent terminer les unités de base de la Dimension 1.

Le groupe cible direct de cette unité sont les mentors et les mentorés seniors. Il est attendu d'eux qu'ils utilisent le contenu de formation qui sera élaboré en s'appuyant sur le Tronc commun Conceptuel et Didactique. De plus, les organisations de formation des adultes proposant une formation sur le mentorat peuvent aussi être des bénéficiaires.

Le TCD et le contenu peuvent être directement utilisés dans les programmes éducatifs portant sur l'entrepreneuriat et le mentorat dans différentes organisations, ou il peut être une inspiration pour développer du contenu pour différents groupes cibles.

Conclusions

Cette unité sur l'Etat d'esprit du Mentorat : Compétences relationnelles a pour objectif d'encourager les compétences relatives à l'interrelation entre un mentor et un mentoré. Les sujets abordés sont les suivants : comprendre la nature et l'établissement d'un rapport dans une relation mentor-mentoré, et les méthodes, stratégies et conseils pour établir une relation efficace entre eux. Le contenu sera conçu sur la base des principes de l'apprentissage des adultes et sera fourni sous forme de texte. Il sera étayé par des supports visuels, des vidéos et des lectures complémentaires, ainsi que par un test d'auto-évaluation, des questions de type vrai-faux, un test à choix multiples et des études de cas.

Unité 5. Etat d'esprit du mentorat: compétences en communication

Introduction

L'un des principaux aspects du processus de mentorat longitudinal est sa réciprocité. La réciprocité de la communication nécessite des compétences efficaces en communication pour établir une relation de confiance et de mentorat solide. La force des mentors en matière de communication est leur capacité à changer de style facilement, en passant d'une proposition de conseil à une obtention d'informations, ou pour interpeller quelqu'un, en proposant son aide. Une approche équilibrée des compétences en communication est adaptée à la transmission de l'expérience et de la perspective du mentor au mentoré. Dans cette unité, la relation dynamique et réciproque entre les compétences relatives à la communication et la réussite du mentorat sera abordé afin de promouvoir le développement des deux parties.

Dans la prochaine section, des techniques de communication efficaces, des compétences en matière de facilitation et d'autorité, et les rôles du mentor seront contextualisés et scrutés dans le cadre de son aide à la communication entre mentors et mentorés. L'intelligence émotionnelle et sa signification dans la communication dans divers environnements/cultures seront également abordées, expliquées et illustrées par des exemples.

Description

La communication est la pierre angulaire de la relation entre le mentor et le mentoré. Une communication saine dans le processus de mentorat, une réflexion sur vos pensées et un échange d'expériences et de points de vue pour gagner en perspicacité. La communication est plus qu'un simple échange d'informations, il s'agit de comprendre l'émotion et les intentions derrière l'information. Dans cette unité, les obstacles et les facilitateurs d'une communication efficace entre le mentor et la personne guidée seront abordés.

Cette unité a pour objectif d'accompagner les mentors et les mentorés seniors (entrepreneurs) dans la définition des problèmes de sources de communication, en levant les obstacles de la communication, en améliorant la communication et en sensibilisant aux types d'intelligence qui impactent directement le succès d'une communication à la fois dans les communautés locales et dans des environnements culturellement divers. Le contenu et les approches traitées dans cette unité peuvent être

exploités par les formateurs d'adultes et les organisations dans lesquelles l'apprentissage pour adulte est proposé.

“ Le plus grand problème de la communication est l'illusion qu'elle a eu lieu.” G.B.Shaw

Les sujets à couvrir dans cette unité sont:

A. Caractéristiques de relations de mentorat ayant réussies et échouées

Examen des caractéristiques de relations de mentorat ayant réussies ou échouées aidera à la fois le mentor et le mentoré à développer et à acquérir une vision personnelle des aspects à suivre et à éviter dans leur propre communication. Cette section servira d'opportunité pour les mentors et entrepreneurs seniors (mentorés) à développer leurs propres méthodes éclectiques en matière de stratégies de communication. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- Réciprocité - Faible Communication
- Respect mutuel- Manque d'engagement
- Attentes claires - Différences de personnalité
- Connection personnelle – Concurrence perçue et Conflit d'intérêt
- Valeurs partagées- Manque d'expérience/Connaissances/Compétences

B. Techniques de communication efficace en matière de mentorat

Une communication efficace implique de renoncer à toute autre activité, de se concentrer sur la compréhension, d'interagir pleinement, de réfléchir à ce que l'on a compris, de clarifier le message dans la communication et d'adopter un langage corporel positif et ouvert. Cette section sur la communication efficace sert à améliorer les compétences pour une communication significative. Les sujets abordés dans cette section sont les suivants:

- Écoute active
- Réflexion
- Résumé
- Communication non verbale

C. Compétences en matière de facilitation et d'autorité

Dans la relation de mentorat, une approche équilibrée des compétences de facilitation et d'autorité améliorera l'échange d'informations et d'expériences. Les compétences de facilitation aideront à acquérir des connaissances, tandis que les compétences d'autorité aideront les mentors à confronter et à guider les personnes guidées. Dans

cette section, le formateur et les mentors recevront un ensemble de compétences communicationnelles pour améliorer la qualité de la communication du processus de tutorat. Les sujets à couvrir dans cette section sont:

- Supporter- Confronter
- Susciter - Informer
- Explorer - Guider

D. Intelligence émotionnelle (IE)

Communiquer c'est plus que seulement échanger des informations; il s'agit de comprendre les émotions et les intentions derrière l'information. Dans cette partie de l'unité, l'Intelligence Emotionnelle (IE) sera définie et ses aspects complémentaires et différents de l'intelligence intellectuelle seront évoqués. L'IE étant la capacité de ressentir, de comprendre, d'articuler et d'appliquer efficacement le pouvoir des émotions, il est très important pour les mentors dans un monde aux normes et comportements culturels différents. Les sujets abordés dans cette section sont:

- a) Différences développementales de l'Intelligence Intellectuelle (II) et de l'Intelligence Émotionnelle (IE)
- b) Axes orthogonales et aspects principaux de l'IE
- c) Introspection affirmative
- d) Apprentissage interculturel
- e) Autogouvernance
- f) Architectures sociales
- g) Intelligence émotionnelle et diversité

Approche méthodologique

En ce qui concerne la méthodologie de transmission des compétences et des stratégies de communication, les principes fondamentaux de l'apprentissage andragogique serviront de feuille de route. Une certaine autonomie et flexibilité sera apportée en accord avec les attentes des mentors seniors et des entrepreneurs seniors (mentorés).

Les différences personnelles et caractéristiques seront prises en compte dans l'examen d'exemples authentiques tirés de contextes de communication. La pratique et l'observation, l'évaluation communicationnelle et culturelle, les jeux de rôles authentiques, l'observation, le matériel audio et visuel, et l'interprétation et la critique des documents fournis constitueront le contenu et l'approche de l'unité.

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi pris en considération dans la création de contenus de formation. Les étapes clés de l'apprentissage autonome sont : être prêt à apprendre, fixer des objectifs d'apprentissage, s'engager dans le processus d'apprentissage et évaluer l'apprentissage, qui sont compatibles avec les principes de l'apprentissage andragogique.

L'apprentissage transformateur de Jack Mezirow est une autre méthodologie qui pourrait être utilisée pour la création de contenu de formation. Selon cette méthodologie, les adultes peuvent ajuster leur réflexion en se basant sur de nouvelles informations. Les perspectives du monde des adultes sont transformées plus ils apprennent, et cela les aide à obtenir de nouveaux concepts et idées. Les apprenants qui acquièrent de nouvelles informations évaluent aussi leurs anciennes idées et compréhension et change leur vision du monde puisqu'ils acquièrent de nouvelles informations à travers une réflexion critique. Les apprenants devront réfléchir sur leurs propres connaissances et transformer leurs expériences passées en connaissances présentes via des études de cas.

Évaluation des compétences en communication

Quand il s'agit de communication, les documents doivent être authentiques qu'ils soient destinés à l'enseignement ou à l'évaluation. On utilisera pour l'évaluation des compétences à enseigner dans cette unité, des jeux de rôles authentiques, des observations de vidéos/films, des tours de parole, des enregistrements et des réflexions. Avec les contextes fournis par le formateur, les apprenants expliqueront des compétences en communication de diverses dimensions. L'enseignement réalisera une évaluation s'appuyant sur des critères d'observation et d'évaluation.

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi utilisé dans l'évaluation. Les apprenants s'engageront dans une autoréflexion et une auto-évaluation de leurs objectifs d'apprentissage et de leurs progrès dans l'unité d'apprentissage et progresseront dans l'unité.

Dans l'évaluation des compétences en communication pour le mentorat, les critères ci-dessous doivent être pris en considération:

- Écoute active
- Fournir un retour constructif
- Compétences en communication non-verbale
- Poursuivre les stratégies pour améliorer la communication
- Adapter les styles de communication

Cette unité servira de gamme de compétences complémentaires aux compétences relationnelles et de résolution. Aucune compétence ne sont pré requises pour l'unité. Le groupe cible de cette unité sont les mentors et les mentorés seniors et les institutions et les organisations proposant des formations d'adultes.

Conclusions

L'Unité 5 Compétences en communication a pour objectif de sensibiliser à la réciprocité de la communication et améliorer la qualité de la communication dans les relations de mentorat. Dans cette unité, une approche équilibrée sera fournie aux formateurs d'adultes pour promouvoir le développement à la fois de la communication et la réussite du processus de mentorat. Le contenu est conçu en s'appuyant sur les principes de l'apprentissage des adultes et sera délivré sous forme de texte informatif.

Des documents authentiques et pratiques seront utilisés pour soutenir les compétences en communication des apprenants. L'évaluation des compétences cibles sera dirigée à travers un ensemble de tâches dans des contextes situationnels authentiques nécessitant différentes stratégies de communication alignées sur les critères établies.

Unité 6. Etat d'esprit du mentorat: compétences en résolution

Introduction

L'Unité 6 a pour objectif d'accompagner les entrepreneurs seniors et les mentors seniors en leur fournissant les informations nécessaires relatives à la gestion des conflits, de résolution et des processus de résolution de problème dans les relations de mentorat. Des conflits peuvent naturellement apparaître dans des contextes où diverses cultures et caractéristiques se côtoient. Si un binôme de mentorat peut traverser des conflits en valorisant leur diversité, la richesse de leurs différents points de vue, histoire et

expérience, ils peuvent alors apprendre beaucoup l'un de l'autre, précisément parce qu'ils ne pensent pas de la même façon. De ce point de vue, des différences peuvent être la force, mais pas la faiblesse de toute relation.

Dans la prochaine section, des causes de conflits, concepts et une comparaison entre gestion des conflits et résolution de problème, son impact sur une relation de mentorat, des stratégies et des tâches pour la résolution efficace des problèmes et la gestion des conflits seront incluses.

Description

La gestion d'un conflit peut être une façon saine d'ouvrir la communication, d'initier une résolution de problème et de discuter du changement. Savoir comment mieux gérer les conflits peut avoir plusieurs avantages à la fois pour le mentor et le mentoré. Le fait que le conflit existe, cependant, n'est pas nécessairement une mauvaise chose : s'il est résolu de manière efficace, il peut mener vers une croissance personnelle et professionnelle. Dans plusieurs cas, la résolution efficace de conflit peut faire la différence entre des résultats positifs et négatifs.

Des informations seront fournies aux mentors et mentorés seniors sur comment améliorer ses compétences en résolution dans cette unité. Les sujets à couvrir dans cette unité sont :

A. Causes d'un Conflit

Un Conflit peut survenir dans des relations de mentorat nécessitant une résolution de problème efficace. A cause de la nature du mentorat de rassembler diverses personnes pour travailler ensemble vers un objectif commun, différents conflits peuvent survenir. Dans cette section, les apprenants auront une meilleure compréhension des causes possible du conflit auquel ils font face dans le processus de mentorat. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Problèmes personnels – incompatibilité, manque de connexion, manque de respect entre le mentor et le mentoré.
- b) Problèmes professionnels – différents styles de travail, valeurs de travail divergentes, attentes irréalisables entre le mentor et le mentoré.
- c) Conflits d'intérêt – différentes orientations d'objectif et de motivation au regard du processus de mentorat.

B. Concept de Gestion de conflit et de Résolution de problèmes créative

La gestion des conflits et la résolution des problèmes sont des concepts ou des sujets qui sont généralement pris en compte de manière distincte, mais ils sont généralement appliqués ensemble pour parvenir à la solution la plus réalisable. Dans cette section, les apprenants auront une compréhension claire de la gestion des conflits et de la résolution des problèmes et leurs impacts sur une relation de mentorat saine. Les sujets à couvrir dans cette section sont :

- a) Les définitions de gestion des conflits et de résolution des problèmes
- b) Gestion des conflits vs résolution des problèmes
- c) Impacts sur la relation de mentorat

C. Stratégies de gestion des conflits (Modèle de Thomas-Kilmann)

Dans les années 70 Kenneth Thomas et Ralph Kilmann ont identifié cinq principaux styles de gestion des conflits: Rivaliser, Collaborer, Chercher un compromis, Céder, et Eviter. Dans cette section, les apprenants développeront une compréhension des différentes stratégies de gestion des conflits et adapteront les stratégies utilisant les processus de résolution de problèmes à travers des études de cas et des scénarios. Les sujets à couvrir dans cette section sont to:

- a) Comment résoudre des conflits dans la relation de mentorat
- b) Comment concevoir des processus de résolution de problèmes

D. Réfléchir aux conflits d'expérience portant sur les compétences en mentorat

La résolution des conflits implique différents processus, il est particulièrement important pour les mentors de questionner la situation, d'évaluer, analyser, conclure et résoudre le conflit pour améliorer l'efficacité de la relation de mentorat. Ces processus contribuent au développement de différentes compétences que les mentors seniors peuvent utiliser aussi dans divers contextes de mentorat.

Approche

méthodologique

Puisque le contenu s'adresse aux mentors et mentorés seniors, leurs principes et styles d'apprentissage seront pris en compte lors de la création de contenu selon l'andragogie de Malcolm Knowles. Les problèmes et les solutions relatifs aux compétences relationnelles seront fournis. Le contenu sera proposé sous forme de texte, et il sera soutenu par des supports visuels et des vidéos appropriés. Les apprenants se verront proposer des activités et des tâches à réaliser individuellement. Ils recevront également du matériel de lecture supplémentaire.

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi pris en considération dans la création de contenus de formation. Les étapes clés de l'apprentissage autonome sont : être prêt à

apprendre, fixer des objectifs d'apprentissage, s'engager dans le processus d'apprentissage et évaluer l'apprentissage, qui sont compatibles avec les principes de l'apprentissage andragogique.

L'apprentissage transformateur de Jack Mezirow est une autre méthodologie qui pourrait être utilisée pour la création de contenu de formation. Selon cette méthodologie, les adultes peuvent ajuster leur réflexion en se basant sur de nouvelles informations. Les perspectives du monde des adultes sont transformées plus ils apprennent, et cela les aide à obtenir de nouveaux concepts et idées. Les apprenants qui acquièrent de nouvelles informations évaluent aussi leurs anciennes idées et compréhension et change leur vision du monde puisqu'ils acquièrent de nouvelles informations à travers une réflexion critique. Les apprenants devront réfléchir sur leurs propres connaissances et transformer leurs expériences passées en connaissances présentes via des études de cas.

Le contenu sera conçu de façon à ce qu'il encourage la réflexion critique des mentors et des mentorés seniors et propose des expériences directes qui seront significatives pour les apprenants. Le contenu sera délivré sous forme de court texte, et il inclura les activités pratiques qui encouragent la réflexion. Les apprenants se verront proposer des activités et des tâches à réaliser en binôme ou en groupe, comme dans un processus de mentorat. Des documents seront aussi fournis pour des lectures complémentaires.

Évaluation

L'apprentissage auto-dirigé sera aussi utilisé dans l'évaluation. Les apprenants s'engageront dans une autoréflexion et une auto-évaluation de leurs objectifs d'apprentissage et de leurs progrès dans l'unité d'apprentissage et progresseront dans l'unité.

- Présentation des études de cas et activités de scénarios
- Tests d'auto-évaluation (3 questions pour chaque section)

Les tests d'évaluation sont conçus pour aider les mentors et les mentorés seniors à auto-évaluer leur apprentissage.

Le contenu améliorera les compétences des mentors et des mentorés seniors dans les processus de gestion des conflits et de résolution des problèmes; leurs compétences à adapter et appliquer des stratégies de gestion de conflit et de résolution des problèmes;

contribuer au développement professionnel des mentors seniors à travers l'acquisition de diverses compétences nécessaires à la gestion de conflit.

Les apprenants doivent terminer les unités de base de la Dimension 1.

Le groupe cible direct de cette unité sont les mentors et les mentorés seniors. Il est attendu qu'ils utilisent le contenu de formation s'appuyant sur ce TCD. En outre, les organisations de formation des adultes proposant des formations sur le mentorat peuvent être les bénéficiaires secondaires.

Le TCD et le contenu de formation peuvent être directement utilisés par différentes organisations proposant des programmes éducatifs sur l'entrepreneuriat et le mentorat ou il peut être une inspiration pour l'élaboration de contenu pour différents groupes cibles.

Conclusions

L'unité Etat d'esprit du Mentorat : Compétences en résolution accompagne l'application de stratégies efficaces en matière de gestion des conflits et de développement de différentes compétences telles que la pensée critique et l'empathie qui peut être utile dans le processus de mentorat. Les sujets à traiter sont les causes des conflits, qu'est-ce que la gestion des conflits, avantages et impacts de la gestion des conflits dans la relation de mentorat, stratégies en matière de gestion des conflits et méthode de conception des processus de résolution de problèmes efficace. Le contenu est conçu en s'appuyant sur les principes d'apprentissage des adultes et sera délivré à travers des études de cas, des scénarios et des expériences de vie des mentors. Pour encourager l'apprentissage transformateur, les apprenants seront encouragés à réfléchir sur leurs expériences.

Dimension 2: Développement professionnel & formation continue

La dimension du développement professionnel et de la formation continue inclut des unités d'apprentissage élaborées dans le but d'amener l'apprenant senior à mettre en pratique les compétences de base liées à l'apprentissage tout au long de la vie, l'une des compétences les plus requises pour un mentor-entrepreneur. Cette unité introduit le concept d'entrepreneuriat des seniors, en alignant les compétences de base d'un mentor sur les compétences de base d'un entrepreneur. Cette dimension introduit aussi le concept et la théorie du mentorat inversé comme approche pour créer des binômes d'entrepreneurs/professionnels plus jeunes et seniors, avec pour objectif de réduire les écarts générationnels dans des environnements de travail. La pratique se concentrera sur la planification et la mise en œuvre des programmes de mentorat.

Unité 1. Entrepreneuriat des seniors

Introduction

La dimension "Développement professionnel & Formation continue" du Cadre de Compétences relatif aux compétences en mentorat de SILVER UP a été conçu pour amener les apprenants seniors à mettre en pratique des compétences de base relatives à l'apprentissage tout au long de la vie comme l'une des compétences les plus demandées pour un entrepreneur. Le but de l'unité d'apprentissage "Entrepreneuriat des seniors" est de fournir aux apprenants la connaissance essentielle sur le concept de l'entrepreneuriat et les principales caractéristiques de l'entrepreneuriat.

Description

Contexte théorique

L'entrepreneuriat, selon le Cadre Européen des Compétences Entrepreneuriales (EntreComp), peut être décrit comme la compétence transversale essentielle applicable par des individus et des groupes dans toutes les sphères de la vie. L'entrepreneuriat c'est agir en fonction des opportunités et des idées, et les transformer en valeur (financière, culturelle ou sociale). "Elle se réfère à la création de valeur dans les secteurs privés, publics et tertiaires dans toutes les combinaisons des trois. Ainsi elle inclut

différents types d'entrepreneuriats, y compris l'intrapreneuriat, l'entrepreneuriat social, l'entrepreneuriat vert et l'entrepreneuriat digital ".¹

L'Intrapreneuriat fait référence à la pratique de l'entrepreneuriat au sein d'une organisation. Un intrapreneur est un employé qui rassemble toutes les compétences entrepreneuriales pour créer de la valeur au sein d'une entreprise, par exemple en transformant des idées en produits ou services. Les intrapreneurs sont auto-motivés, proactifs et des individus tournés vers l'action qui aussi ont de solides compétences en leadership et self-leadership.

*L'entrepreneuriat social*² se réfère à la création de valeur, par des individus, groupes, start-ups ou entrepreneurs, pour relever les défis sociétaux. Il peut également s'agir de la création de projets ou d'entreprises qui allient profit et impact.

L'entrepreneuriat verts est celui qui agit de manière consciente sur les problèmes et les besoins environnementaux et sociétaux, que ce soit en créant des produits, des services et des solutions (par ex la gestion des déchets) ou par la conception et la mise en œuvre de processus de gestion durable³.

L'entrepreneuriat digital s'appuie sur toutes les pratiques entrepreneuriales, impliquées dans la création ou la reformulation d'une entreprise ou d'une activité, dans l'utilisation intensive des nouvelles technologies numériques, par exemple les médias sociaux, l'analyse des grandes données, les systèmes mobiles et en nuage, etc..⁴

L'entrepreneuriat des seniors est un terme utilisé pour faire référence aux individus âgés de 50 ans ou plus (50+) qui ont planifié de lancer une entreprise, ou qui sont actuellement engagés dans un processus d'en démarrer une ou en ont lancé une récemment. Les termes 'entrepreneurs seniors', 'entrepreneurs âgés' et 'entrepreneurs du troisième âge' sont utilisés de manière interchangeable.

Approche pédagogique

Dans le domaine des connaissances, il est attendu de l'apprenant senior de définir le concept d'entrepreneuriat des seniors et en suite d'expliquer ses spécificités en

¹ EntreComp: Entrepreneurship Competence Framework, p. 10: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>

² This topic will be deepened in learning unit 1 "Social entrepreneurship" of Dimension 3 "Outcome and Action Orientation".

³ This topic will be deepened in learning unit 8 "Management practices for sustainability" of Dimension 3 "Outcome and Action Orientation".

⁴ This topic will be deepened in learning unit 2 "Digital entrepreneurship" of Dimension 4 "Resources and Tools".

énumérant les principales compétences d'un entrepreneur senior. Pour réaliser ceci le senior sera amené dans un exercice de recherche à faire correspondre les compétences d'un entrepreneur avec les compétences requises pour un mentor. Le but ici est de créer un lien avec les précédentes unités d'apprentissage de la dimension 1 "Conscience personnelle" faisant référence aux compétences de base du mentorat. Cette exercice de recherche peut utiliser les documents de références suivants:

- [EntreComp](#): Le Cadre de compétences entrepreneuriales
- [The Missing Entrepreneurs 2019 report](#). Emploi autonome des *Seniors et des activités entrepreneuriales*, p.119-147.
- [Senior Entrepreneurship](#): L'autre côté des 50+

Après cet exercice de recherche, le senior sera ensuite préparé afin d'établir une relation entre les compétences de mentor et les compétences d'entrepreneurs. Dans le domaine des compétences, il est attendu du senior qu'il participe activement à la recherche d'initiatives et de programmes portant sur l'entrepreneuriat des seniors desquels ils peuvent y trouver un intérêt. Pour ce faire, l'animateur peut commencer à présenter des études de cas pertinentes. La sélection des études de cas peuvent avoir comme bases de départ les documents de références suivant :

- [Manuel de bonnes pratiques sur l'entrepreneuriat des seniors](#)
- Annuaire en ligne SILVER UP
- [OCDE Better Entrepreneurship platform](#): ressources sur l'entrepreneuriat inclusif et social

Conclusions

Après avoir terminé cette unité d'apprentissage il est attendu de l'apprenant senior de définir à la fois les concepts d'entrepreneuriat et d'entrepreneuriat des seniors en expliquant les possibles différences et particularités. Pour atteindre cet objectif, il est conseillé que l'animateur introduise les concepts indiqués présentant les cas pratiques de l'entrepreneuriat des seniors.

Le domaine des attitudes, de chaque unité d'apprentissage du cadre de compétences SILVER UP en matière de mentorat, doit être compris comme un ensemble de compétences transversales à évaluer après l'accomplissement de la formation SILVER UP. Pour l'unité d'apprentissage "Entrepreneuriat des seniors", il est conseillé à

l'animateur de fournir à l'apprenant 50+ des outils et des ressources pour qu'il puisse aider d'autres seniors à acquérir de nouvelles connaissances sur l'entrepreneuriat senior et à envisager de démarrer une activité entrepreneuriale.

Unité 2. Mentorat pour le développement professionnel

Introduction

La dimension "Développement professionnel & Formation continue" du Cadre de Compétences de SILVER UP relatif aux compétences de mentorat a été conçu pour amener les apprenants seniors à mettre en pratique les compétences de base liées à l'apprentissage tout au long de la vie comme l'une des compétences les plus requises pour un entrepreneur senior. L'objectif de cette unité d'apprentissage "Mentorat pour le développement professionnel" est de fournir à l'apprenant senior le rôle du mentorat dans le développement de la carrière et l'impact du mentorat sur les parcours professionnels entrepreneuriaux.

Description

Contexte théorique

Le mentorat et le **coaching** sont des approches développementales utilisées à la fois pour améliorer les compétences d'un individu, ses attitudes, ses comportements, ses performances professionnelle et personnelle. Le mentorat et le coaching sont souvent utilisés de manière interchangeable mais n'existent-ils pas des différences entre ces deux pratiques ?

- The International Coaching Federation définit le **coaching** comme un partenariat avec des clients dans un processus créatif et de réflexion qui les inspire à maximiser leur potentiel personnel et professionnel. Le processus de coaching débloque souvent des sources d'imagination, de productivité et de leadership jusque-là inexploitées.
- The European Mentoring & Coaching Council (Conseil Européen du Mentorat & du Coaching) dans sa Charte Professionnelle pour le Mentorat et le Coaching donne les définitions suivantes:

- **Le Coaching et le mentorat** sont des activités dans le domaine du développement professionnel et personnel, axées sur les individus et les équipes et s'appuyant sur les propres ressources du client pour l'aider à voir et à tester d'autres moyens d'améliorer ses compétences, sa prise de décision et sa qualité de vie.
- Un **coach/mentor professionnel** peut être décrit comme un expert dans l'établissement d'une relation avec des personnes à travers une série de conversations ayant pour but de servir les clients pour améliorer leur performance ou améliorer leur développement personnel ou les deux, en choisissant leurs propres objectifs et les façons de le faire.
- **Le Coaching consiste à faciliter** le processus d'apprentissage des clients en utilisant des méthodes et des techniques professionnelles pour aider le client à améliorer ce qui fait obstacle et à entretenir ce qui est efficace, afin d'atteindre les objectifs du client.
- **Le Coaching consiste à s'associer** avec des clients dans un processus de réflexion et créatif qui les inspire pour maximiser leur potentiel personnel et professionnel.
- **Le Mentorat** peut être décrit comme un **processus développemental** qui peut impliquer un transfert de compétences ou de connaissances d'une personne plus expérimentée vers une personne moins expérimentée à travers **un dialogue d'apprentissage** et l'application de **rôle model** et qui peut aussi être **un partenariat d'apprentissage entre pairs**.

Le mentor et le coach sont tous les deux des professions réglementées et l'essentiel des compétences nécessaires pour réaliser de telles activités sont très similaires :

Mentor	Coach
<ul style="list-style-type: none">• Comprendre l'individu• Engagement à l'auto développement• Gérer le contrat• Etablir une relation• Permettre la compréhension et l'apprentissage• Résultat et action d'orientation• Utilisation de modèles et de techniques• Évaluation <p>Source: EMCC Global Competence Framework for Mentors and Coaches</p>	<ul style="list-style-type: none">• Pratique éthique• Cocréation de la relation• Etablit et maintient les accords• Cultive la confiance et la sécurité• Maintient une présence• Communique de manière efficace• Écoute active• Questionnement puissant• Communication directe• Evoque une prise de conscience• Concevoir des actions• Planifier et fixer des objectifs• Gérer les progrès et les responsabilités• Cultive l'apprentissage et la croissance• Facilite la croissance du client <p>Source: International Coaching Federation Core Competencies</p>

Il est conseillé de souligner que les compétences et les approches définies par l'ICF à la profession de coach sont fondamentalement les mêmes que celles utilisées pour décrire un mentor. Un bon mentor doit être enthousiaste à l'idée de réaliser un mentorat et doit

vouloir aider, être volontaire, honnête, diplomatique, objectif et avoir le sens de l'équité. En plus de cela, un mentor doit avoir la capacité à encourager, fournir (questionnement efficace) et recevoir un retour (écoute efficace). En tant que personne expérimentée qui conseille, soutient et oriente une personne moins expérimentée (mentoré), le mentor doit avoir une expérience technique, de gestion et de vie pertinente à partager.

Ainsi, le mentorat joue un rôle important dans le développement de la carrière car il peut aider, par exemple, les employés à améliorer leurs performances et leurs résultats et à élargir leurs réseaux professionnels. Le mentorat formel sur le lieu de travail valide également le développement des connaissances et des compétences et contribue à renforcer les liens entre les employés.

Un des avantages clés du mentorat est de développer le leadership des mentoré, aussi lié aux avantages du mentorat dans le développement d'un état d'esprit entrepreneurial personnel. Un état d'esprit entrepreneurial peut être décrit comme un assemblage de croyances, connaissances, compétences et attitudes tout au long des processus qui dirigent le comportement entrepreneurial, c'est à dire, la capacité à s'approprier ; être autonome ; tourné vers l'action ; hautement engagé ; résilient ; ingénieux, tourné vers les solutions; curieux; créatif, etc. Le mentorat pour une carrière entrepreneuriale n'apporte pas réponses mais accompagne les mentorés dans l'identification des bonnes questions.

L'Entrepreneuriat et le mentorat sont alignés sur une gamme de compétences et de comportements. Cela signifie que les capacités qui définissent un bon mentor sont celles que l'on attend de tout esprit entrepreneurial.

Un mentor est:

Un entrepreneur doit:

<ul style="list-style-type: none">• Un animateur et un enseignant• Une personne qui résout des problèmes• Un motivateur• Une personne qui écoute• Un Guide• Un Influenceur• Une personne de réseau	<ul style="list-style-type: none">• Être curieux (esprit de curiosité)• Avoir la volonté d'apprendre• Avoir la capacité à écouter• Pratiquer et apprendre du management (communication, networking, finance, etc.)• Combiner des compétences interpersonnelles et des soft skills telles que la pensée stratégique, la persévérance, la pensée critique et créative, la résolution de problèmes et la capacité d'être autodidacte
--	---

Approche pédagogique

Dans le domaine des connaissances, il est attendu que les apprenants seniors puissent rappeler le concept de mentorat et faire la distinction entre mentorat et coaching tout en différenciant les rôles de mentor, de coach, de conseiller de carrière, de formateur et d'animateur. Pour cela, l'animateur peut demander à l'apprenant de faire un test d'auto-évaluation pour évaluer dans quelle mesure il/elle rassemble les compétences nécessaires pour être un mentor. L'animateur peut développer cet outil d'auto-évaluation à partir des documents de références suivant:

- EMMC Global Competence Framework, 2015 – Cadre de compétences global
<https://emccdrive.emccglobal.org/api/file/download/0gzGExlyhoRpVFng5DB7ucXeu1FpQ6pJZk35YbTh>
- ICF Core Competences, 2019 – Compétences de base de l'ICF
<https://coachingfederation.org/core-competencies>

Il est également possible d'adapter les outils d'auto-évaluation en ligne suivants:

- Evaluation des compétences en mentorat (MCA)

https://uwmadison.co1.qualtrics.com/jfe/form/SV_5jMT4fhemifK01n?Q_JFE=qd

- Auto évaluation: a quel point êtes-vous un bon mentor?

<https://www.nature.com/articles/447791a/tables/1>

Pour atteindre les acquis d'apprentissage couverts dans le domaine des compétences et des attitudes, il est conseillé à l'animateur de réaliser un exercice basé sur les scénarios dans lequel les seniors sont mis au défi de s'inscrire dans des pratiques formelles de mentorat.

.Conclusions

L'animateur peut faire une brève présentation des organismes nationaux de certification agissant dans les domaines du mentorat et du conseil, avec pour objectif d'expliquer que ce sont des pratiques réglementées.

Pour conclure l'exercice basé sur le scénario proposé, l'animateur peut effectuer une post-évaluation rétrospective demandant aux seniors de réfléchir aux sujets et au contenu des unités d'apprentissage avant et après la fin de l'unité d'apprentissage.

Unité 3. Types de programmes de mentorat

Introduction

La dimension "Développement personnel & Formation continue" du Cadre de Compétence SILVER UP relatif aux compétences en mentorat a été conçu pour amener l'apprenant senior à mettre en pratique les compétences de base liées à l'apprentissage tout au long de la vie comme l'une des compétences les plus importantes pour un entrepreneur senior. Le but de l'unité d'apprentissage "Types de programmes de mentorat" est de fournir à l'apprenant senior des connaissances pertinentes sur les utilisations et les différents types de programmes de mentorat existant.

Description

Contexte théorique

Le mentorat peut être formel ou informel. Dans le mentorat informel, à la fois le mentor et le mentoré établissent une relation sans une définition structurée des objectifs et des buts à atteindre. Une relation de mentorat formel se produit souvent dans le contexte d'une organisation, et nécessite un ensemble de procédures conventionnelles pour encadrer le processus de mentorat, à savoir:

- *Accord de mentorat*

Document formel établissant les buts, les objectifs, les règles et les limites des programmes/sessions de mentorat. Il peut aussi inclure la conception de plans d'action et autres documents de références pour les sessions/réunions de mentorat.

- *Sessions/réunions de Mentorat*

La relation de mentorat peut être regroupée en trois phases:

- la phase de lancement/d'initiation
- la phase de développement et de maturation et
- la phase de clôture.

Toutes ces phases doivent comprendre un nombre désigné de réunions/sessions ayant une structure claire et suivies au travers des objectifs. Le nombre de réunions/sessions peut être indiqué dans le contrat de mentorat et doit répondre aux objectifs de la relation de mentorat.

- *Suivi*

Le suivi est essentiel à tout au long de la durée du mentorat, et cela inclut d'évaluer la progression des mentorés mais aussi d'évaluer et/ou réfléchir sur ses propres pratiques.

Il existe différents modèles de mentorat:

- Le mentorat individuel: type de mentorat traditionnel, impliquant un mentor et un mentoré.
- Le mentorat de groupe: un ou plusieurs mentors travaillant avec un groupe de mentorés .
- Le mentorat par des pairs: les pairs dans le même domaine professionnel, ou dans le même centre d'intérêt, ou avec des expériences partagées, qui s'associent pour se soutenir mutuellement.

- Le mentorat en ligne: l'utilisation de plateformes numériques pour assurer la relation de mentorat.⁵
- Le mentorat inversé: quand un employé junior conseille un professionnel senior.

Approche pédagogique

Dans le domaine des connaissances, il est attendu que l'apprenant senior fasse la distinction entre un programme de mentorat formel et informel; reconnaisse les principaux objectifs de la mise en place d'un programme de mentorat formel et énumère les types ou modèles de programmes de tutorat. Pour cela, les seniors peuvent être dirigés vers le processus de conception d'outils de mentorat formel par un modèle d'accord de mentorat, un modèle de mise en œuvre d'une session de mentorat (journal de la réunion de mentorat), contenant des feuilles de travail de suivi. Après cet exercice pratique, l'animateur peut fournir aux seniors d'autres modèles utilisés dans le mentorat formel afin qu'ils puissent les comparer avec les résultats de leur travail.

Pour respecter les acquis d'apprentissage prévus dans les domaines des compétences et des attitudes, l'approche peut incorporer une activité par les pairs/collective visant à analyser les types de programmes de mentorat qui pourrait avoir un intérêt particulier dans l'entrepreneuriat des seniors. Pour concevoir cette activité de formation, l'animateur peut sélectionner jusqu'à trois exemples de bonnes pratiques pertinentes de programmes de mentorat visant à stimuler l'entrepreneuriat des seniors.

Conclusions

L'animateur peut (ré)utiliser le "Manuel de Bonnes Pratiques de l'Entrepreneuriat des Seniors" pour sélectionner les bonnes pratiques de programmes de mentorat liés à l'entrepreneuriat des seniors.

"Types de programmes de mentorat " est une courte unité d'apprentissage, et elle peut être réalisée avec l'unité d'apprentissage précédente sur le mentorat pour le développement professionnel.

⁵ This topic will be deepened in learning unit 1 "e-Mentoring" of Dimension 4 "Resources and Tools".

Unité 4. Mentorat inversé

Introduction

La dimension "Développement professionnel et apprentissage continu" du cadre de compétences SILVER UP en matière de mentorat a été conçue pour amener l'apprenant senior à mettre en pratique les compétences essentielles liées à l'apprentissage tout au long de la vie, l'une des compétences les plus requises pour un entrepreneur senior. L'objectif de l'unité d'apprentissage "Mentorat inversé" est de fournir au senior des connaissances essentielles sur les concepts de mentorat inversé et d'apprentissage intergénérationnel et sur les avantages de ces types de programmes de mentorat.

Description

Contexte théorique

Dans le mentorat formel, particulièrement au sein d'une organisation, le mentorat inversé est une pratique de mentorat dans laquelle un employé junior fournit des conseils et un soutien à un employé senior. Cela se produit lorsque les employés seniors ont besoin d'acquérir des connaissances et de se former dans un domaine spécifique, par exemple sur l'utilisation des nouvelles technologies numériques. Le mentorat inversé est considéré comme ayant un impact très positif sur les cultures organisationnelles, car il aide à réduire le fossé entre les générations et peut contribuer à lutter contre l'âgisme et à promouvoir la diversité et l'inclusion sur le lieu de travail.

L'âgisme, selon l'Organisation Mondiale de la Santé, se réfère aux stéréotypes (comment nous pensons), préjugés (comment nous ressentons les choses), et la discrimination (comment nous agissons) envers les autres ou quelqu'un en se basant sur son âge. Dans un contexte de travail, l'âgisme tend à affecter principalement les travailleurs plus âgés, surtout parce qu'il existe des mythes persistants qui sont aussi des obstacles pour les individus qui souhaitent étendre leur vie professionnelle au-delà de la retraite et aux personnes en recherche d'emploi entre leur 50^e et 60^e année. Par exemple, certains de ces mythes disent que 1) la santé des employés vieillissants est

insuffisante ou, 2) la productivité diminue avec l'âge et 3) l'emploi des employés vieillissant réduisent les opportunités d'emploi pour les employés plus jeunes.

Les dernières statistiques d'Eurostat-Ageing Europe sur l'évolution de la population indiquent que : la population des personnes âgées (définies ici comme les personnes âgées de 65 ans ou plus) dans l'UE-27 augmentera de manière significative, passant de 90,5 millions au début de 2019 à 129,8 millions en 2050. *Lors de cette période, le nombre de personnes âgées de 75 à 84 ans dans l'UE-27 devrait augmenter de 56,1 %, tandis que le nombre de personnes âgées de 65 à 74 ans devrait augmenter de 16,6 %. En revanche, les dernières projections indiquent que l'UE-27 comptera 13,5 % de personnes de moins de 55 ans en moins d'ici 2050.*

Ces changements démographiques auront un impact énorme sur les différentes structures de la société. Concernant la main d'œuvre, aux environs de 2050, le nombre de personnes âgées de 55 à 64 ans toujours actives dans le monde du travail représentera 28.5% de la population Européenne. Cela peut être générateur de grandes difficultés à moins que des actions soient prises afin de réconcilier les différences dans le marché du travail entre les générations jeunes et plus âgées. C'est essentiel pour améliorer le bon fonctionnement du marché du travail qui utilise le plein potentiel des employés plus âgés pour créer plus d'emplois, à la fois pour les personnes plus âgées et les plus jeunes.

Les difficultés sont de réfléchir à la nécessité d'adopter des stratégies d'emploi plus holistiques et des politiques focalisées sur les principes du cycle de vie. Cela signifie qu'il est urgent de promouvoir des contextes de travail qui respectent toutes les étapes du cycle de vie. Ainsi ce concept nous amène vers un autre concept : l'apprentissage intergénérationnel.

L'apprentissage intergénérationnel consiste simplement à avoir des personnes d'âge différents apprenant ensemble ou apprenant les uns des autres pour obtenir de nouvelles compétences, valeurs et connaissances. Cet apprentissage est caractérisé par son aspect réciproque et mutuel et il peut se produire dans des environnements formels, non-formels et informels. Dans ce contexte, le mentorat inversé peut être un outil efficace pour partager des connaissances, créer de l'engagement, développer un leadership et , surtout, construire des relations intergénérationnelles basées sur l'acceptation mutuelle. L'apprentissage intergénérationnel à travers les pratiques de

mentorat et de mentorat inversé peuvent être une réponse aux défis du changement démographique de la main d'œuvre européenne.

Le mentorat inversé utilise les mêmes principes et processus que toute autre relation de mentorat formel. La différence majeure avec le mentorat traditionnel est qu'à cause de son âge le mentor peut ne pas être considéré comme ayant assez d'expérience pour être un mentor.

Approche pédagogique

Dans le domaine des connaissances, il est attendu de l'apprenant senior qu'il définisse les concepts de mentorat inversé et d'apprentissage intergénérationnel. Pour ce faire, l'animateur peut utiliser des processus métacognitifs comme le mind-mapping et le concept-mapping pour présenter ces concepts et les relier à des concepts précédemment présentés comme le mentorat et le coaching.

Pour respecter les acquis d'apprentissage prévus dans le domaine des compétences et des attitudes, il peut être demandé aux seniors de préparer une checklist pour concevoir un programme de mentorat inversé. Cet exercice peut être considéré comme une introduction à l'Unité d'apprentissage 6 "Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat inversé".

Conclusions

Les deux unités d'apprentissage "Mentorat inversé" et "Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat inversé" peuvent être réalisés en même temps. Puisque le mentorat et le mentorat inversé suivent les mêmes lignes directrices et processus, la méthodologie proposée pour amener les apprenants à concevoir, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat inversé suit la checklist proposée dans l'unité d'apprentissage 5 "Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat pour l'entrepreneuriat des seniors". C'est pourquoi, il n'y a pas besoin de détailler le contexte théorique et pédagogique pour cette unité d'apprentissage. Comme suggéré précédemment, il est conseillé à l'animateur de demander aux seniors de préparer une checklist pour concevoir un programme de mentorat comme exercice qui pourrait être utilisé pour leur présenter et les préparer à l'unité d'apprentissage 5.

Unité 5. Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat pour l'entrepreneuriat des seniors

Introduction

La dimension “Développement professionnel & la Formation Continue ” du cadre de compétences de SILVER UP relatif aux compétences en mentorat a été conçu pour amener l'apprenant senior à mettre en pratique les compétences essentielles liées à l'apprentissage tout au long de la vie, l'une des compétences les plus requises pour un entrepreneur senior. Le but de l'unité d'apprentissage “Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat pour l'entrepreneuriat des seniors ” est de guider les apprenants vers les principales étapes pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat adapté aux entrepreneurs seniors.

Description

Contexte théorique

Les programmes de mentorat et de mentorat inversé doivent inclure les éléments suivants:

- Partie 1 – Mentorat
 - Informations générales sur le mentorat et les autres concepts connexes
- Partie 2 – Buts et objectifs du programme de mentorat
 - Définition claire des objectifs
 - Objectifs et objet du programme de mentorat
- Partie 3 – Portée du programme de mentorat
 - Caractérisation des groupes cibles
 - Type(s) de modèles de mentorat
 - Profil des mentors et des mentorés
 - Rôles et responsabilités de tous les participants au programme (par ex., responsables hiérarchiques, mentors, mentorés, etc.)
- Partie 4 – Programme de mise en œuvre
 - Formation de formateur
 - Connecter les mentors et les mentorés
 - Relations de mentorat formel: nombre de sessions de mentorat; planification ; suivi; fin de la session et évaluation)
- Partie 5 – Processus de qualité des programmes

- évaluation du programme de mentorat global et de la responsabilité des personnes en charge de la mise en œuvre du programme (ex. responsables hiérarchiques, gestionnaires de projets, etc.)
- Partie 6 – Outils et modèles
 - Plateformes qui seront utilisées
 - Accord de mentorat
 - Plan de sessions de mentorat
 - Plan d'action du mentoré
 - Formulaire d'évaluation
 - Exercices de mentorat
 - Autres outils et modèles

Approche pédagogique

L'unité d'apprentissage 5 sera réalisée sous forme d'atelier-laboratoire pour appliquer les connaissances obtenues précédemment. Des études de cas et des exercices de scénario seront fournis aux apprenants avec pour but de concevoir un programme de mentorat adapté pour l'entrepreneuriat des seniors. Cet exercice doit apporter des opportunités pour les seniors de:

- Appliquer le concept d'entrepreneuriat des seniors dans le contexte de programmes de mentorat
- Adapter les principes et les étapes des programmes de mentorat aux besoins de l'entrepreneuriat des seniors
- Explorer les avantages et/ou les inconvénients d'un programme de mentorat pour l'entrepreneuriat des seniors
- Evaluer l'impact du programme de mentorat pour l'entrepreneuriat des seniors

Conclusions

L'Unité d'apprentissage 5 contient tous les aspects pratiques liés au Cadre de Compétences de Silver Up relatif aux compétences en mentorat "Dimension 2: Développement personnel et formation continue". En ce sens, les animateurs peuvent utiliser cette unité pour fournir tous les contenus prévus dans ce domaine. Ceci peut être fait en utilisant les principes de la pédagogie de projet. Dans ce cas, les seniors auront comme projet de base de concevoir un programme de mentorat adapté pour stimuler

l'entrepreneuriat des seniors en couvrant la checklist de programme de mentorat déjà présentée dans le contexte théorique.

Unité 6. Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat inversé

Introduction

La dimension “Développement professionnel & Formation continue” du cadre de compétences de SILVER UP relatif aux compétences en mentorat a été conçu pour amener l'apprenant senior à mettre en pratique les compétences de base liées à l'apprentissage tout au long de la vie comme l'une des compétences les plus importantes pour l'entrepreneur senior. Le but de cette unité d'apprentissage “Mentorat inversé” est de guider les apprenants vers les principales étapes pour concevoir, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat inversé.

Description

Contexte théorique

Les programmes de mentorat et de mentorat inversé doivent inclure les éléments suivants:

- Partie 1 – Mentorat
 - Informations générales sur le mentorat et les autres concepts connexes
- Partie 2 – Buts et objectifs du programme de mentorat
 - Définition claire des objectifs
 - Objectifs et objet du programme de mentorat
- Partie 3 – Portée du programme de mentorat
 - Caractérisation des groupes cibles
 - Type(s) de modèles de mentorat
 - Profil des mentors et des mentorés
 - Rôles et responsabilités de tous les participants au programme (par ex., responsables hiérarchiques, mentors, mentorés, etc.)
- Partie 4 – Programme de mise en œuvre
 - Formation de formateur

- Connecter les mentors et les mentorés
- Relations de mentorat formel: nombre de sessions de mentorat; planification ; suivi; fin de la session et évaluation)
- Partie 5 – Processus de qualité des programmes
 - évaluation du programme de mentorat global et de la responsabilité des personnes en charge de la mise en œuvre du programme (ex. responsables hiérarchiques, gestionnaires de projets, etc.)
- Partie 6 – Outils et modèles
 - Plateformes qui seront utilisées
 - Accord de mentorat
 - Plan de sessions de mentorat
 - Plan d'action du mentoré
 - Formulaire d'évaluation
 - Exercices de mentorat
 - Autres outils et modèles

Approche pédagogique

L'unité d'apprentissage 6 sera réalisée sous forme d'atelier-laboratoire pour appliquer les connaissances obtenues précédemment. Des études de cas et des exercices de scénario seront fournis aux apprenants avec pour but de concevoir un programme de mentorat adapté pour l'entrepreneuriat des seniors. Cet exercice doit apporter des opportunités pour les seniors de:

- Sélectionner les meilleures pratiques du mentorat inversé
- Identifier les principales étapes impliquées dans la conception du mentorat inversé
- Sélectionner les méthodologies, les outils et les ressources pour lancer et superviser un programme de mentorat inversé
- Evaluer l'impact d'un programme de mentorat inversé

Conclusions

Les unités d'apprentissage "Mentorat inversé " et "Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat inversé " peuvent être réalisées ensemble. Puisque le mentorat et le mentorat inversé suivent les mêmes lignes directrices et processus, la

méthodologie proposée pour amener les apprenants à la conception, la mise en œuvre et l'évaluation d'un programme de mentorat suit la checklist proposée présentée dans l'Unité d'apprentissage 5 "Planifier, mettre en œuvre et évaluer un programme de mentorat pour l'entrepreneuriat des seniors ". Comme suggéré précédemment, il est conseillé à l'animateur de demander aux seniors de préparer une checklist pour concevoir un programme de mentorat inversé sous forme d'exercice qui peut être utilisé pour leur présenter et les préparer à l'unité d'apprentissage 5.

Dimension 3: Résultat & orientation de l'action

Un esprit entrepreneurial se caractérise par la capacité à agir en anticipant les futurs problèmes, besoins ou changements. La dimension Résultat & Orientation de l'action inclut des unités d'apprentissage formulées pour amener l'apprenant senior à agir dans son rôle d'entrepreneur dans les domaines de l'innovation sociale et de la Silver Economie. La mise en pratique se focalisera sur la capacité des seniors à faire leur transition vers le travail indépendant et de maximiser son potentiel pour transformer des enjeux sociaux en solutions commerciales.

Unité 1. Entrepreneuriat social

Introduction

L'Entrepreneuriat Social est toujours relativement méconnu si l'on se réfère aux entreprises créées selon ce dispositif. Cependant, il existe plusieurs initiatives, mais elles restent isolées (K. Fulton et A. Blau, 2005a).

Il y a peu de capitalisation des connaissances dans l'entrepreneuriat social. Il existe par conséquent un besoin de développer et d'améliorer à la fois les actions empiriques et de recherche et ainsi sensibiliser aux enjeux de ce type d'entrepreneuriat.

Pour l'entrepreneuriat à but lucratif et l'entrepreneuriat social sont des mondes avec parfois des cultures radicalement différentes. Il existe un besoin de sensibiliser à l'entrepreneuriat social à travers son vocabulaire, ses concepts et pratiques afin de contribuer une meilleure collaboration entre les deux mondes (S. Johnson, 2000).

C'est aussi un moyen d'attirer les ressources humaines dont l'entrepreneuriat social a besoin pour se développer de manière durable et pour interpeller les pouvoirs publics sur son utilité et son efficacité.

Description

Le terme entrepreneur social est relativement récent. C'est un nouveau nom pour les créateurs d'entreprises d'intégration sociale créées autour des années 80 et, de manière plus général, de gestion d'associations qui combinent une problématique économique avec un but social.

La plupart des entrepreneurs sociaux sont membres d'une fédération. La plupart d'entre elles s'identifient à l'économie sociale ou l'économie solidaire (ESS)

Le terme entrepreneur social a été adopté ces dernières années par un nombre croissant de jeunes qui ont pour but de donner un nouveau sens à leur travail en le plaçant au service de la société plutôt qu'à ce qu'on appelle le commerce traditionnel.

Cette quête de sens implique souvent la création d'une entreprise, que ce soit individuellement ou en collectif.

Ces entreprises peuvent être lancées par des jeunes- des citoyens seniors- issus de milieux défavorisés ou avec un faible niveau d'éducation, ainsi que des personnes qui ont étudié à l'université ou dans une école de commerce, et qui souhaitent faire part d'une dynamique qui est moins focalisée sur les richesses mais plus sur les problématiques sociales.

Le profit n'est plus le but de l'entreprise, mais un moyen d'atteindre des objectifs plus larges, dont les priorités sont sociales, sociétales et/ou environnementales.

Très souvent constituées sous forme d'association, de coopérative ou de SAS (Société par actions simplifiée), ces entreprises sont les acteurs privilégiés de l'économie solidaire et sociale, qui devient de plus en plus populaire en France.

De part leur nature, elles intègrent des concepts éducatifs de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et du développement durable , qui peut aussi être l'objet d'une approche spécifique par les entreprises dans une économie traditionnelle.

Ainsi, les principes fondamentaux de l'entreprise sociale s'appuient sur :

- La viabilité économique du projet

Le projet doit répondre à une réelle demande identifiée par une étude de marché. Même si il existe un certain nombre de risques inhérents à toute création d'entreprise, il a pour objectif d'être suffisamment profitable pour générer des richesses et des emplois.

- Objectifs sociaux et/ou environnementaux

Le projet est structuré autour de la "valeur sociale", à la fois pour les individus concernés et pour la communauté. Les besoins et les éléments liés à la "qualité de vie" auxquelles l'entreprise répondra peut-être de différents types : accès aux services de santé, économie d'énergie, qualité des logements, consommation locale, etc...

- Le cadre du profit

Selon le statut juridique de l'entreprise, les profits réalisés sont principalement réinvestis pour l'atteinte optimale des objectifs sociaux et environnementaux. Les profits personnels sont limités.

- Gouvernance partagée

La gouvernance est participative. Des prises de décisions partagées, dans lesquelles le collectif prévaut sur les intérêts personnels, implique toutes les parties prenantes : responsables, employés, clients ou utilisateurs, financeurs privés ou publics.

Conclusions

L'entrepreneuriat social est une perspective qui apporte une vision différente des modèles économiques existants. L'économie est au service de l'intérêt général dans cette approche. Les responsables sont aussi motivés par l'intérêt général, et le profit n'est pas une fin en soi, mais un moyen.

Les entreprises sociales créent des emplois et de l'innovation à la fois dans l'économie et les ressources humaines. Elles créent généralement de l'emploi dans les zones rurales, les quartiers sensibles et les territoires en reconversion. Elles apportent de l'emploi aux jeunes, mais aussi aux personnes plus âgées souhaitant se reconvertir dans un domaine ayant des valeurs sociales, donnant ainsi un sens à leurs activités.

Face à la crise économique, sociale et environnementale, l'entrepreneuriat social semble être une solution intéressante à promouvoir.

Espérons que le projet permettra, d'une manière ou d'une autre, de développer encore davantage l'entrepreneuriat social et, si possible, d'impliquer des entrepreneurs seniors.

Unité 2. Innovation sociale

Introduction

L'innovation sociale est la dimension qui apporte de nouvelles réponses aux besoins sociaux qui sont peu ou pas satisfaits.

Selon le Conseil supérieur de l'économie sociale et solidaire (CSESS), "L'innovation sociale consiste à développer de nouvelles réponses aux besoins sociaux peu ou pas satisfaits dans les conditions actuelles du marché et de la politique sociale, impliquant la participation et la coopération des acteurs concernés, en particulier les utilisateurs. Ces innovations concernent le produit ou le service ainsi que le mode d'organisation, de distribution, (...). Elles passent par un processus comportant plusieurs étapes : émergence, expérimentation, diffusion et évaluation."

Trois catégories d'acteurs sont impliquées dans l'innovation sociale :

Entrepreneurs

- C'est ce que l'on appelle l'innovation sociale entrepreneuriale. En France, le secteur de l'économie sociale a une longue tradition d'innovation sociale.
- Le secteur du volontariat est historiquement le premier laboratoire de l'innovation sociale. De par sa proximité et sa connaissance approfondie des populations et des territoires, il peut détecter les besoins sociaux existants qui sont faiblement ou peu satisfaits, ainsi que de nouveaux, et aider à apporter leur apporter des réponses à travers l'expérimentation et la modélisation des solutions créées.
- Les nouvelles générations d'entrepreneurs sociaux développent aussi des innovations sociales pour apporter des solutions aux enjeux sociétaux majeurs
- Enfin, les entreprises traditionnelles peuvent aussi développer ce type de projet.

Citoyens

- L'innovation citoyenne, réalisée par un ou plusieurs citoyens bénévoles qui s'engagent à agir et répondre aux défis sociaux majeurs d'aujourd'hui.

Autorités publiques

- Il s'agit de l'innovation sociale dans les politiques publiques, réalisée par des acteurs publics, notamment les conseils régionaux qui cherchent à repenser la manière dont leurs politiques publiques sont conçues et mises en œuvre, en lançant des expériences avec une approche multidisciplinaire (citoyens, concepteurs de services, planificateurs urbains, etc..).

- L'innovation sociale concerne tous les secteurs: face aux grands défis sociétaux qui touchent tous les secteurs, de nombreux projets d'innovation sociale apportent des solutions.

Description

Il n'existe pas de définition officielle commune à tous les acteurs de l'innovation sociale. Cette section vise à expliquer les différentes dimensions des définitions proposées par la littérature et par les autorités publiques européennes. Québec a fortement encouragé la recherche sur le concept d'innovation sociale. La définition qui est utilisée est celle de Camille Bouchard en 1997: "Toute nouvelle approche, pratique ou intervention ou tout nouveau produit développé pour améliorer une situation ou pour résoudre un problème social ou socio-économique et qui a trouvé preneur au niveau du marché, des institutions, des organisations ou des communautés ". Ainsi, l'innovation sociale est très souvent immatérielle, mais elle peut avoir une dimension procédurale, organisationnelle ou institutionnelle. L'économiste et chercheuse française Nadine Richez-Battesti, complète cette définition en précisant que ces initiatives prises pour répondre aux besoins qui sont peu ou pas satisfaits par l'Etat ou le Marché, ne sont pas "nécessairement l'objet de nouvelles idées, mais plutôt d'une conception différente" (une application différente). Au-delà du résultat et de son intentionnalité, l'innovation est sociale dans ses modalités car elle crée de nouvelles relations ou collaborations : territorialisé, il met en œuvre des dynamiques collectives qui ont pour but de modifier les relations sociales (entre l'Etat et les autorités locales ou l'Etat et des entreprises à but lucratif, par exemple).

L'innovation sociale est par conséquent la source d'une nouvelle forme de gouvernance de partenariat. Il est entendu que l'innovation sociale vise à améliorer le bien-être de la société et à améliorer la capacité d'action de la société. Par exemple, en France, dans les écoles de Nadine Richez-Battesti, l'innovation sociale est présentée comme un levier de développement entrepreneurial local.

La Commission Européenne comprend l'innovation sociale comme "la conception et la mise en œuvre de réponses créatives aux besoins sociaux", qui couvre plusieurs domaines tels que la garde d'enfants, le transport durable, et la dépendance. Les initiatives sociales doivent être "conçues par et pour la société". La future politique d'innovation de l'UE définit l'innovation sociale de manière générale comme la capacité

des individus, des entreprises et des nations entières à créer en permanence l'avenir qu'ils souhaitent.

L'Economie Sociale et Solidaire est résolument innovante. Elle a été développée en réponse aux limitations de l'Etat et aux manques du marché à satisfaire les besoins sociaux qui sont peu ou pas du tout satisfaits. Avec l'ambition de replacer l'humain au centre de ses préoccupations, le secteur de l'ESS s'adapte constamment aux changements sociétaux pour répondre à l'émergence de nouveaux besoins sociaux et écologiques. Les entreprises sociales par conséquent développent des solutions innovantes qui augmentent la productivité tout en réalisant des services de qualité en termes de santé, d'éducation et de services sociaux. De plus, les entreprises de l'ESS (coopératives, associations, sociétés mutualistes, etc.) sont innovantes de par leurs méthodes organisationnelles originales, qui s'appuient sur 4 principes:

1. Service à la communauté ou aux membres, plutôt que le profit.
2. Gestion de l'autonomie (en relation avec l'Etat).
3. Gestion démocratique et participative.
4. Prioriser les personnes et le travail plus que le capital dans la distribution des revenus.

Conclusions

Les responsables qui développent des projets d'innovation sociale ont des besoins similaires, en matière d'accompagnement et de financement, que les autres responsables de projets innovants (besoin en accompagnement dans les 4 phases du processus de création : émergence, expérimentation, dissémination, évaluation). Cependant, ils rencontrent plusieurs obstacles liés à la nature particulière de leur innovation, qui n'est toujours pas suffisamment ou peu reconnu.

- Identifier des offres de soutien en matière d'innovation sociale
- Les dirigeants ont des difficultés à identifier le support disponible pour l'innovation sociale à cause du manque de clarté et de visibilité.
- Financer le risque.
- A cause des caractéristiques de cette forme d'innovation, le financement de projets socialement innovant nécessite un capital patient qui est convaincu des impacts économiques et sociaux à long-terme.
- Reconnaissance des particularités des projets socialement innovant

- Les Entrepreneurs rencontrent des obstacles liés aux trois caractéristiques suivantes de l'approche de l'innovation sociale: la phase d'expérimentation, la R&D dans les sciences humaines et sociales, et les formes juridiques des entreprises socialement innovantes.
- Plus d'informations sur les besoins en accompagnement dans l'innovation sociale.
- Les principaux enjeux à relever.

Afin d'accélérer le développement de l'innovation sociale, plusieurs actions ont besoin d'être prises:

- Concevoir des politiques publiques en faveur de l'innovation sociale et permettre le financement de l'innovation et les outils de soutien à l'innovation sociale.
- Former et sensibiliser les acteurs de l'innovation traditionnelle; les acteurs de l'innovation sociale pour accéder au financement de l'innovation traditionnelle, dans le développement des méthodes de financement mixtes.
- Encourager les approches convergentes et multidisciplinaires qui rassemblent les chercheurs, la société civile, les entreprises et les associations.
- Encourager l'échange de pratiques afin de générer des projets socialement innovants et disséminer les innovations sociales existantes
- Mesurer les impacts sociaux des projets développés.

Unité 3. Silver Economie

Introduction

Selon les études récentes (INSEE 2020), un français sur 5 est âgé de plus de 65 ans. Selon les projections, autour de 2060, un tiers de la population française aura plus de 60 ans, avec 11,9 millions de personnes de plus de 75 ans, dont 5,4 millions de plus de 85 ans.

Au regard des énormes enjeux démographiques, cela semble clair pour les entrepreneurs de la Silver Economy : le marché des citoyens seniors est très prometteur.

Ainsi, si plusieurs secteurs de la Silver Economy sont toujours en cours de développement, il faut croire que les possibilités d'entreprendre pour les seniors sont

grandes. La Silver Economy offre par conséquent d'importantes opportunités en termes d'innovations professionnelles, de création d'entreprise et de formation.

Ainsi, l'idée de former des mentors pour les seniors impliqués dans un projet de Silver Economy est tout à fait convaincante et semble prometteuse dans les nombreux secteurs (voir ci-dessous) associés à ce qui n'est plus une tendance mais une opportunité objective.

Description

La Silver Economy fait partie d'un processus d'amélioration de la qualité de vie des personnes âgées afin de garantir leur autonomie aussi longtemps que possible, ou même d'allonger leur espérance de vie. Ce terme souvent mal compris couvre tous les produits et les services pour les seniors.

Ainsi, les nouveaux besoins économiques, technologiques et industriels liés au vieillissement de la population (...) [ouvrent] un large champ pour l'économie et l'industrie dans nos pays, comme le Ministre de l'Economie et des Finances ainsi que celui des Solidarités et de la Santé l'ont déjà souligné en 2013 (Rapport de la Commission générale à la Stratégie et à la prospective).

Les domaines concernés adaptés aux seniors couvrent plusieurs secteurs tels que la santé (soin à domicile, médecine à distance, nutrition, connecté aux objets sanitaires, etc.), sécurité et autonomie (assistance à distance, détecteurs, etc.), logement (logement adapté, domotique, etc.), services (services personnels, aide à domicile, services de prévoyance, etc.), loisirs (tourisme, sports, jeux, etc.), communication (téléphones mobiles, tablettes, Internet, etc.), transport (assistance aux personnes âgées, etc.), soins (services de soins, etc.), et transport (aides à la mobilité, transport adapté...).

Afin de structurer ce secteur en un vrai secteur économique et créer un écosystème national et régional afin de créer un marché important et promouvoir le développement de l'industrie française, le gouvernement français a signé un contrat de filière pour la Silver Economy. Cela ouvre un large champ d'actions portant sur l'innovation.

Nous pouvons distinguer 3 groupes de personnes pour lesquels ces différents produits et services sont destinés:

- les seniors "actifs" autonomes et indépendants
- les seniors "fragiles" , ayant certaines limites ou ayant des capacités sur le déclin.

- les seniors "dépendants", qui ont besoin d'aide pour réaliser les actes de la vie quotidienne.

Nous sommes confrontés à plusieurs situations différentes qui ont mené les ministres concernés à décrire la Silver Economy comme un domaine ouvert qui s'adresse à tous [les seniors], des plus jeunes aux plus vieux .

Le secteur de la Silver Economy est très intéressant car son évolution apporte de la transversalité.

Certains secteurs de cette économie sont maintenant bien maîtrisés, tels que la santé, l'hébergement, ou les secteurs de l'action sociale. D'autres le sont moins, tels que les loisirs ou les transports

De plus, ces secteurs très divers et en pleine croissance n'ont pas l'habitude de travailler les uns avec les autres, et fonctionnent donc de manière cloisonnée. Le défi de la Silver Economy serait de rassembler les acteurs de ces différents secteurs dans un projet commun, certes ambitieux mais qui peut aider à construire de nouveaux modèles économiques.

Si ce projet Silver Up peut contribuer à consolider le travail effectué pour les entrepreneurs seniors, alors nous pourrions parler des mérites de la Silver Economy.

Conclusion

La Silver Economy est un secteur riche qui crée des emplois et des innovations, mais elle se concentre toujours surtout sur les secteurs de la santé, de l'entretien et des professions d'aides à domicile. Cependant, à travers sa transversalité et son développement, elle permet des projections très intéressantes d'un point de vue de l'innovation et de l'emploi.

Alors qu'il semble plus facile d'imaginer les besoins du secteur de la santé, avec des programmes pour ouvrir des établissements et le développement continu de l'aide à domicile, il est plus difficile de prédire les développements d'autres secteurs tels que ceux du BTP, des technologies digitales, de la domotique, du tourisme et du travail social, qui couvrent une large gamme de professions.

On peut noter qu'il existe un manque, et par conséquent un besoin, pour les professions de supervision et de cadres intermédiaires, offrant des opportunités en particulier aux citoyens seniors.

Des faiblesses existent dans certains secteurs tels que les activités socio-culturelles.

Par conséquent l'enjeu est tellement grand, à la fois du point de vue du recrutement et de la formation à mettre en place pour développer une Silver Economy plus étoffée qui apporte de nouvelles pratiques.

De plus, la transversalité est un élément central pour ce secteur. Il représente une réelle opportunité qui pourrait permettre la construction de nouveaux modèles économiques qui sont à la fois originaux et durables pour le territoire.

Unité 4. Entreprendre pour avoir un impact

Introduction

Un regard sur l'histoire économique de l'entrepreneuriat montre qu'il a toujours eu un impact sur les sociétés : il a contribué au succès du libre marché, de la démocratie, de la croissance de la richesse générale et du développement du bien-être.

Aujourd'hui, il existe une différence significative dans la possible interconnectivité entre les cultures, entre les pays et entre les individus, eu égard leurs origines. Par conséquent, l'impact de l'entrepreneuriat contemporain dépasse les frontières physiques, en les rendant même "obsolète". Nous devons seulement penser aux enjeux actuels de la mondialisation, dans laquelle il existe un écart important entre la vision de jeunes entrepreneurs et celle de la génération des baby boomer. Les nouvelles entreprises qui vivent dans ce contexte, telles que UBER, Airbnb et beaucoup d'autres qui n'ont aucune frontière, connaissent une croissance vertigineuse, changent les marchés boursiers mais, plus encore, transforment les façons de faire.

Chaque génération, à sa propre manière, a transformé le monde et la nouvelle ne fera pas exception. C'est en repensant la façon dont nous faisons les choses que l'entrepreneuriat peut changer la société.

Description

Dans l'enseignement de l'entrepreneuriat, il existe une grande variété de méthodes d'enseignement, d'approches et de modalités (Carrier, 2007; Hindle, 2007), telles que le développement ou l'évaluation de business plans par les étudiants, le développement de projets de start-ups, du coaching de jeunes entrepreneurs et des tâches pour les assister dans leur entreprise, des interviews avec des entrepreneurs, des simulations informatiques, l'utilisation de vidéos et de films, des simulations comportementales, l'utilisation de cas ou la mise en œuvre de cours classiques.

Il n'existe pas de méthode pédagogique parfaite pour enseigner l'entrepreneuriat. Il nous semble clair que la pédagogie n'est pas une fin en soi, bien que les enseignants aient tendance à la faire passer au premier plan. Le choix des techniques et des méthodes dépend principalement des objectifs, contenus et contraintes imposés par le contexte institutionnel. "L'apprentissage par la pratique", qui est souvent loué par les enseignants, est bien adapté à certains objectifs pédagogiques et certains types d'apprenant mais peut être inadapté ou inefficace pour d'autres. La prudence est donc de mise, d'autant plus que peu de recherches ont été menées sur l'évaluation de la formation à l'entrepreneuriat (Fayolle, 2007). Il reste à démontrer scientifiquement qu'une méthode d'enseignement est plus efficace qu'une autre par rapport à un objectif d'apprentissage donné, pour un type d'apprenant donné dans un contexte donné. Il s'agit sans aucun doute d'une source d'enjeux et de défis pour les années à venir.

Conclusions

La multitude de définitions et de conceptions de l'entrepreneuriat en tant que phénomène rend difficile le fait de ne pas se disperser dans son enseignement. À tel point qu'il est souvent plus facile de simplifier à l'extrême et de considérer que l'entrepreneuriat est essentiellement la même chose que la création d'une entreprise. La complexité, dans une approche contemporaine de l'entrepreneuriat, se rapporte à la diversité des connaissances, compétences, comportements, situations et contextes qui peut être enseignée. Et à cela, il faut ajouter, bien sûr, la variété des objectifs, des publics, des méthodes et des contextes d'apprentissage. Car pendant longtemps, et encore aujourd'hui, nous avons considéré que l'objectif principal de la formation était la formation des futurs entrepreneurs, en mettant l'accent sur le développement de compétences et de comportements appropriés chez les apprenants, comme l'élaboration de business plans.

Unité 5. Transition vers l'emploi indépendant

Introduction

Le travail indépendant est devenu une option qui offre d'importants avantages et possibilités, étant donné le manque d'opportunités d'emploi et la difficulté pour un professionnel de plus de 50 ans d'être pris en compte dans les processus de sélection. La liberté de diriger et de gérer son propre travail et d'en tirer un revenu, est une alternative professionnelle attrayante pour les personnes de plus de 50 ans. Avec le travail indépendant, une personne crée son propre emploi et devient son propre patron, que ce soit à travers la création de leur propre entreprise ou d'un projet numérique.

Le travail indépendant est une aventure qui doit être valorisée et étudiée avec précaution pour savoir comment comparer ses risques et avantages, puisque vous y utilisez votre propre capital, vos efforts et votre ingéniosité.

Diverses études soulignent que les entrepreneurs de plus de 50 ans ont deux fois plus de chances de réussir que les entrepreneurs plus jeunes. Selon un rapport de l'Observatoire Espagnol de l'Entrepreneuriat, 31% des initiatives entrepreneuriales consolidées sont pilotées par des personnes âgées de 55 à 64 ans et 39% par des profils ayant entre 45 et 54 ans. A quoi cela peut-il être dû ? On considère que les années de développement professionnel, et la somme des expériences vécues, font du senior un magnifique candidat disposant de certains avantages au moment de se lancer comme entrepreneur. Le travailleur de plus de 50 ans apporte des qualités et des compétences infinies : expérience, contacts, sérénité, financement, conciliation, formation multidisciplinaire, vocation sociale.

Description

Définition: Le travail indépendant est un type de travail qui consiste à générer un revenu de manière indépendante. Cela inclut, par exemple, ceux qui possèdent une entreprise individuelle et les freelances qui proposent leurs services. Le travail indépendant est ensuite caractérisé par la mise en pratique de l'activité sans dépendre d'un emploi salarié. De plus, le travailleur négocie directement avec ses clients. Il existe principalement de types de travail indépendant : 1/ l'entreprise individuelle : composée d'un seul individu, qui en est son propriétaire, gère l'entreprise et les bénéfices des

profits. 2/ Auto-entrepreneur : le travailleur n'appartient pas à une entreprise mais propose ses services de manière indépendante. Ainsi, il peut avoir plusieurs clients, réguliers ou sporadiques. Cela peut être le cas des avocats, architectes, concepteurs graphiques, entre autres.

Objectifs: Les objectifs de cette unité sont: 1) analyser la transition vers le travail indépendant comme option viable qui peut être développé chez les personnes de plus de 50 ans . 2) motiver les personnes de cette classe d'âge, principalement sans emploi, qui voit le travail indépendant comme un moyen de sortir de leurs problèmes professionnels. 3) considérer la possibilité pour des personnes retraitées de servir de mentors à des personnes plus jeunes qui pourraient être intéressées par l'option du travail indépendant. 4) d'apporter aux apprenants seniors les connaissances et compétences pour évaluer les opportunités de travail indépendant.

Avantages: La personne peut organiser son agenda de travail et l'adapter à son style de vie. Le travailleur indépendant n'est pas dépendant des consignes d'un employeur mais peut fixer ses propres objectifs et business model. Si le travailleur possède sa propre entreprise, elle peut se transformer en une grande société et offrir un soutien économique à long terme. La personne ne génère pas seulement des richesses pour elle-même mais peut offrir du travail à d'autres. L'individu peut se consacrer à l'activité qui l'intéresse le plus. Il se sentira alors plus motivé.

Inconvénients: La personne doit personnellement prendre en charge le paiement des taxes et de toutes les procédures qui doivent être réalisées avec l'Etat, telles que l'acquisition de licence. Le travailleur doit se préoccuper du paiement de sa sécurité sociale (elle varie selon les pays). Ce genre de préoccupation est d'habitude de la responsabilité de l'employeur. La gestion du temps peut être une tâche difficile et nécessite de l'auto discipline. De plus, si la personne possède sa propre entreprise, il peut être difficile de s'en dégager et de déléguer des fonctions. Les revenus peuvent être très variables d'une période à une autre. A l'inverse, un travailleur salarié n'est pas sujet à ce niveau d'incertitude. Le risque de l'entreprise ou de l'activité est assumé, et dans certains cas, il peut générer des pertes ou même mener à la banqueroute.

Utilisateurs: Personnes de plus de 50 ans

Approche pédagogique & applicabilité

Dans cette unité les connaissances et les compétences nécessaires aux apprenants seniors pour évaluer des opportunités de travail indépendant seront élaborées.

Acquisition de compétences professionnelles

Formation professionnelle: Elle doit être adaptée au regard des manques du marché étudié, et du projet dans les éléments qui doivent être traités en tant que concepts et données, mais en mettant l'accent sur l'applicabilité pratique de ce qui est transmis et appris.

Leur propres connaissances, aptitudes et intérêts: Chacun a déjà acquis des connaissances, qu'il soit allé à l'école ou à l'université ou non, simplement en ayant une expérience de vie, un parcours qui a facilité l'apprentissage de compétences et de connaissances, même si elles ne sont pas homologuées par des qualifications académiques. Et ces connaissances sont très pratiques. Pourquoi ne pas les considérer comme une richesse qui facilite et accélère l'apprentissage d'autres choses?

Les éléments généraux: Les objectifs de l'entreprise et de la gestion d'entreprise.

- Travail en équipe et résolution de conflit
- Conduite d'une éthique commerciale
- Comment la viabilité du projet est vérifiée
- Planification du projet
- Comment rédiger le rapport technique initial d'un projet
- Présentation du marché
- Découverte du marché caché comme source d'emplois
- Méthodologie de recherche
- Concepts de techniques de marketing et de vente
- Comment le plan de financement est réalisé
- Les diverses aides possibles au niveau local, régional et national en matière de création d'emploi
- Gestion de projet d'entreprise
- Prise de décision collective
- Processus d'incorporation et obligations légales
- Les diverses sources d'information
- Le cadre fiscal et juridique
- Caractéristiques juridiques des différentes formes de l'Economie Sociale
- Fonctionnement de l'entreprise coopérative

Acquisition de Compétences Entrepreneuriales

- Améliorer les compétences sociales et de communication des étudiants, facilitant leur développement personnel.
- Améliorer l'autonomie personnelle sur le développement des compétences de base pour l'incorporation d'emplois.
- Connaissances des différentes stratégies pour la recherche active d'emploi
- Développer des compétences de travail en équipe capables d'être transférer à différents emplois.
- Être capable de faire face à l'analyse de la réalité (individuelle et collective) et l'analyse du marché du travail actuel, pour définir des objectifs individuels et collectifs pour définir la route à suivre.
- Définir les parcours personnels d'incorporation du travail des participants

Conclusions

On considère que les années de développement professionnel et la somme des expériences vécues font du senior un magnifique candidat disposant de certains avantages pour se lancer en tant qu'entrepreneur. Le travailleur de plus de 50 ans apporte des qualités et des compétences inépuisables. Les professionnels seniors, grâce à leur trajectoire, leur expérience, leurs connaissances et leur réseau de contacts, sont les candidats idéaux pour occuper ce type de poste.

Pourquoi?

Parce qu'ils vous permettent de travailler sur plusieurs projets et de ne pas dépendre d'une seule entreprise.

Parce qu'ils vous ouvriront les portes vers de nouveaux clients et un vaste réseau de contacts, en étant capable de faire la connexion d'un projet à un autre.

Parce que vous aurez accès à tous types d'entreprises, grandes et PME, et prendrez en compte une diversité de budgets et de ressources.

Parce qu'il/elle travaille avec diverses équipes pluridisciplinaires, aussi lui permettant de continuer à accroître ses connaissances et compétences, notamment celles digitales.

Parce que le marché du travail demande de plus en plus ce type de profils à ajouter à leurs projets et les offres d'emploi à cet égard ne cessent de croître.

Compte tenu de tout cela, pour envisager sérieusement le travail indépendant entrepreneurial, il peut être utile de donner une série de conseils de base concernant l'attitude personnelle avec laquelle il faut l'affronter:

Confiance en soi. Soyez clair sur ce que vous voulez, travaillez dur pour y arriver, et apprenez comment atteindre les résultats, qui viendront.

Ayez un réseau de soutien. Avoir des personnes qui vous aident et vous conseillent vous facilitera votre démarche vers l'entrepreneuriat.

Introspection et auto-analyse. Analyser ce que nous voulons et ce que nous pouvons proposer aux autres est une des autres clés du succès.

Attitude positive et un esprit ouvert et constructif. Nous devons être ouverts aux changements qui apparaissent autour de nous et avoir une attitude positive face aux difficultés.

N'arrêtez pas d'apprendre. Dans un contexte en constante évolution il est important de continuer à se former pour suivre les tendances.

Résilience et humilité pour surpasser les situations difficiles.

Unité 6. Types d'entreprise sociale et de stratégies d'entreprise sociale

Introduction

Cette unité a pour objectif de guider les participants seniors dans le développement de projets d'entreprises visant à résoudre certains des problèmes sociaux sur lesquels ils se concentrent, générateurs de valeurs économique et sociale dans les strates de la population.

Dans ce contexte, nous proposerons une présentation, une approche et une analyse sur comment approcher stratégiquement la mise en œuvre et le développement des types d'entreprises sociales. Les principales caractéristiques et aspects de ces types d'entreprises seront également abordés, en gardant toujours à l'esprit que les difficultés, les défis et les caractéristiques de ce modèle économique sont aussi vastes que les types d'entreprises et de sociétés, de produits et de services existants.

On propose de former les participants seniors à la conception globale d'un projet et d'un modèle d'entreprise sociale durable. Les former à affronter et à résoudre des problèmes de prise de décision dans le domaine de l'entrepreneuriat social, en faisant face à sa complexité, ainsi qu'à formuler des jugements à partir d'informations incertaines, grâce à des outils.

De plus en plus, les entreprises, et la société en général, découvrent et reconnaissent le potentiel de ce que l'on appelle le social business. "Des solutions commerciales durables qui vont au-delà de la philanthropie et élargissent l'accès aux biens, aux services et aux moyens de subsistance pour les communautés à faibles revenus de manière commercialement viable". (Conseil mondial des entreprises pour le développement durable (WBCSD), 20005). Elles font référence à des initiatives commerciales (elles peuvent être gérées et promues par des entreprises, mais aussi par des ONG). Elles sont basées sur un modèle d'entreprise qui s'adresse au segment en tant que client, fournisseur, distributeur ou employé. Elles créent un rendement pour tous, tant pour la population de la base de la pyramide que pour l'entreprise ou l'entité qui les promeut. En ce qui concerne la base de la pyramide, l'objectif est d'améliorer directement la qualité de vie. Une stratégie de social business permet de sélectionner et d'intégrer des technologies et des processus pertinents dans les pratiques commerciales. Cela permet d'établir des relations et de développer la collaboration à l'intérieur et à l'extérieur de l'organisation, d'améliorer les processus et l'efficacité et de créer de la valeur.

Description

Les entreprises sociales opèrent principalement dans quatre objectifs sociaux ou objectifs sociaux d'intérêt commun:

- Inclusion professionnelle: formation et inclusion des personnes vulnérables et sans emploi
- Services sociaux personnels : santé, bien-être et soins médicaux, formation professionnelle, éducation, services de santé, services de soins personnels.
- Développement local : entreprises sociales dans les zones rurales, plans sociaux de développement, aide au développement et coopération au développement avec les pays du tiers monde.
- Autres : notamment le recyclage, la protection de l'environnement, les sports, les arts, la culture, la science, la recherche et l'innovation.

Celles-ci peuvent prendre plusieurs formes juridiques y compris celle d'une ONG, une organisation commerciale, une entité gouvernementale. Certains facteurs contribuent au succès d'une entreprise sociale, notamment : l'expérience préalable de l'entrepreneur dans le domaine de la gestion, son dévouement total à l'entreprise, l'acceptation par le public, le réseau social de l'entrepreneur, la composition de l'équipe, la planification et le budget initiaux, la coopération à long terme et la capacité du produit/service à passer les tests du marché.

Facteurs de la stratégie du social business.

L'élaboration d'une feuille de route réussie en matière de social business passe par l'analyse comparative ainsi que par l'évaluation des performances.

En plus de ces étapes que traverse une entreprise, il existe sept facteurs de réussite communs aux entreprises qui ont constaté l'impact commercial de leurs stratégies sociales:

Définir les objectifs commerciaux généraux. Vous ne pouvez pas aligner votre stratégie sociale tant que vos objectifs commerciaux ne sont pas définis.

Établir une vision à long-terme. Si vous ne cherchez pas à atteindre l'objectif final, vous risquez de vous écarter du chemin. Si vous voulez que votre équipe s'investisse pleinement dans votre stratégie sociale et si vous avez besoin du soutien de toute votre équipe, vous devrez communiquer votre vision avec clarté et passion.

Assurez-vous du soutien de la direction. Au début, vous pourrez peut-être passer inaperçu, mais à un moment donné, si vous voulez vraiment avoir un impact sur l'entreprise, vous aurez besoin de l'appui et du soutien des principaux dirigeants.

Définissez la stratégie de la feuille de route. Vous connaissez vos objectifs commerciaux et avez une vision claire. Mais comment allez-vous y arriver? Planifiez votre itinéraire, les routes que vous allez emprunter et celles que vous allez éviter.

Etablissez une gouvernance et des lignes directrices. Qui est responsable de l'exécution de la stratégie sociale? Quel est votre processus pour écouter et répondre à vos clients? Si vous définissez clairement ce processus et que vous vous y tenez, vous passerez moins de temps à vagabonder dans la sphère sociale et plus de temps à élaborer une stratégie de croissance sociale.

S'assurer du personnel, des ressources et du financement. Aux premiers stades de la croissance sociale, vous pouvez confier votre campagne de médias sociaux à une agence, et c'est très bien ainsi. Mais vous devez également prévoir de développer des ressources internes pour faire passer votre entreprise au niveau supérieur, à mesure que vos prouesses sociales et votre activité se développent.

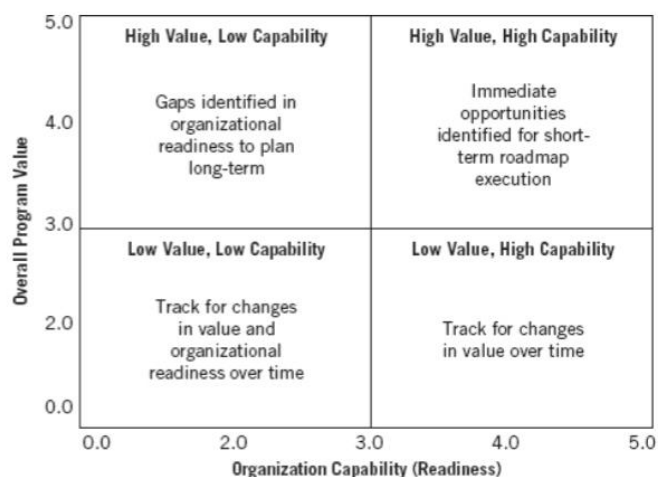
Investissez dans des plateformes technologiques qui évoluent. Résistez à la tentation la tentation de sauter dans le train de la dernière technologie avant d'avoir mis en place un plan stratégique à long terme. N'effectuez pas d'investissements technologiques importants avant d'avoir une vision et un plan stratégique solides.

Les organisations que nous avons étudiées ne disposaient pas nécessairement de tous ces facteurs de réussite ; nous avons plutôt constaté qu'il était beaucoup plus important que chaque facteur soit aligné sur les objectifs commerciaux immédiats et à long terme. Ces facteurs ne sont pas suivis de manière linéaire ; ils s'imbriquent plutôt les uns dans les autres pour former une stratégie cohérente permettant à l'organisation de se situer dans son parcours de social business.

Définir l'objectif commercial général.

Cela semble si simple ou même banal: basez votre stratégie sociale sur les objectifs commerciaux généraux. Mais les entreprises accordent plutôt une plus grande valeur aux études de cas ou aux meilleures pratiques du secteur, sans se demander si les exemples reflètent fidèlement les résultats commerciaux parallèles.

- Objectif stratégique de l'organisation : réduire les coûts, améliorer l'efficacité.
- Mesure stratégique : réduire les coûts du service client
- Activité stratégique : répondre via les médias sociaux
- Mesure stratégique : augmenter le nombre de demandes de renseignements.



Conclusions

Une entreprise sociale est une organisation dont l'objectif principal et déterminant dans la prise de décision est la création de valeur pour la société, basée sur la commercialisation de biens et de services, avec une autonomie dans sa gestion et combinant divers mécanismes économiques et administratifs qui la rendent économiquement durable.

Bien qu'il n'existe pas de formule magique et absolue pour qu'une entreprise sociale soit couronnée de succès, comme pour tout modèle d'entreprise, plusieurs aspects sont considérés comme essentiels pour progresser de manière appropriée:

Proposition de valeur. Les entreprises qui desservent ou intègrent la base de la pyramide dans leurs chaînes de valeur doivent créer des propositions de valeur importantes et convaincantes, générant un écosystème commercial entier qui apporte de la valeur à la population et aux communautés locales de multiples façons, et pas seulement à travers un seul produit ou service.

Extensibilité. Un niveau significatif d'échelle est requis au sein de l'entreprise : l'entreprise sociale doit pouvoir être reproduite et atteindre/intégrer un nombre croissant de personnes de manière viable.

Partenariats. Collaborer avec les ONG, les administrations et les acteurs de la communauté locale est essentiel pour renforcer la confiance, comprendre les besoins, les risques et les aspirations.

De nouvelles ressources et processus de conception. Les entreprises doivent aller au-delà des ressources traditionnelles, en finançant des projets pilotes aux premiers stades de la conception du social business et en intégrant et en exploitant des ressources telles que les connaissances et les technologies.

Innovation. L'innovation productive, ainsi que l'innovation inclusive est essentielle pour le progrès économique et l'adaptation à de nouveaux marchés.

Résultats ou gestion de l'impact. On ne peut pas supposer que les résultats sociaux escomptés seront atteints ou maintenus à moyen terme, mais ils doivent être mesurés périodiquement.

Les entreprises sociales ont un potentiel énorme, mais ils présentent aussi des défis majeurs qui doivent être pris en compte dans la conception des produits et des services. Pour la Commission Européenne, une entreprise sociale est un opérateur de l'économie sociale, offrant des biens, et des services pour le marché de manière entrepreneuriale et innovante.

Unité 7. Modèle de business plan social

Introduction

Pour cette unité, l'objectif est de fournir aux participants les outils nécessaires pour approfondir la création de leur business plan. Nous analyserons les business plans de véritables entreprises sociales qui amèneront les participants à élaborer une conception de plan organisée et spécifique pouvant être mise en œuvre.

Les Business plans sont des outils communs pour les entrepreneurs lors du lancement ou de la croissance de leur entreprise sociale ou de la croissance d'une entreprise commerciale. Ce sont des processus qui décrivent les bases de la création ou de l'élaboration d'un business plan, ses objectifs, et les moyens de les atteindre en réduisant les risques. Ces plans cherchent à avoir un impact sur la qualité de vie de la population cible, qui ne s'exprime pas nécessairement en terme monétaire. Les promoteurs de ces plans sont les États, les organisations multilatérales, les ONG et les entreprises. Ces plans représentent de nouvelles réponses aux demandes sociales, qui

affectent le processus des interactions sociales, et visent à améliorer le bien-être humain. Ces modèles de business plans ne sont pas seulement bons pour la société, mais ils renforcent également la capacité d'action des individus, en fonctionnant comme une feuille de route.

Pour Kooiman (2003) les problèmes sociaux impliquent un haut degré de complexité, de dynamisme et de diversité, ce qui signifie que ces plans doivent être élaborés à l'aide de stratégies créatives qui peuvent être appliquées et durer dans le temps. C'est pour cette raison qu'il est important d'enseigner les méthodologies de conception, de mise en œuvre et d'évaluation des plans d'affaires, car elles sont essentielles pour relever le défi de travailler à la recherche de solutions aux problèmes d'une manière cohérente et réelle.

L'idée d'entreprise, le public cible, la valeur du produit ou du service pour le public cible, en plus font partie des principaux éléments d'un business plan, outre la taille du marché et la croissance attendue, l'environnement concurrentiel, puis la phase de développement du produit, l'investissement nécessaire et les objectifs à moyen et long terme.

La description du produit ou la valeur unique nécessite une attention particulière à ses fonctionnalités de base, en gardant en tête le soutien technique, l'origine de l'idée d'entreprise. Le public cible pour lequel elle est dirigée et les besoins qu'elle satisfait sont essentiels. Il est nécessaire de faire connaître ce qui la différencie de ce que les concurrents offrent. Il est aussi nécessaire de décrire le marché pour comprendre les secteurs, la rentabilité, le degré de consolidation du secteur, les facteurs de réussite du marché, en plus des barrières à l'entrée et à la sortie du marché.

Dans le processus de conception, un entrepreneur doit connaître le processus de conception, un entrepreneur doit connaître les concurrents existants et les nouveaux concurrents potentiels. Il est bon de faire des comparaisons basées sur les paramètres suivants: volume des ventes, prix, croissance, positionnement, gamme de produits, segmentation client, canaux de distribution, ainsi que les service clients. Le business model doit aussi être détaillé pour les deux premières années avec tous les chiffres basés sur des hypothèses raisonnables.

Le plan du business model doit disposer d'une équipe de direction solide et sûre de pouvoir mener à bien l'activité, et si elle possède l'expérience ou les compétences requises : comment son profil s'adapte aux nouveaux besoins de l'entreprise. Il est nécessaire de comprendre le système de rôles établi en ayant la description des

principales fonctions, des personnes et de leurs responsabilités. Pour l'état de développement du produit ou du service, il est nécessaire de savoir s'il existe (ou existera) un prototype ou si le produit a été testé auparavant par un consommateur pilote. Pour créer une entreprise, le facteur décisif est d'avoir un caractère entrepreneurial, et pour sa mise en œuvre, toutes les activités proposées doivent être mises en place. N'oubliez pas que les alliances stratégiques sont nécessaires.

Description

Une entreprise sociale est l'activité d'une organisation qui utilise des stratégies d'entreprise, dictées par le marché pour atteindre un but spécifique grâce au soutien. La conception d'un business model se développe à partir des activités de l'entreprise. Alors que les business plans des entreprises sociales abordent toutes les questions nécessaires à toute entreprise, les organisations sociales doivent prendre en compte l'alignement sur la mission, le contexte organisationnel, la structure et l'évaluation de l'impact financier et social.

Un plan est un guide pour la recherche, la planification et la rédaction d'un business plan pour les organisations.

Objectif de cette unité

Cette unité a pour objectif de guider les participants seniors dans la conception, la mise en œuvre et le suivi d'un business plan social.

Utilisateurs

Participants de plus de 50 ans

Focus sur l'Andragogie et son applicabilité

Dans cette unité, les connaissances, compétences et attitudes nécessaires seront développées chez les participants pour valoriser leurs compétences en tant qu'entrepreneurs. La méthodologie d'évaluation de cette unité consistera à mettre en pratique un plan hypothétique de modèle d'entreprise sociale qui applique l'ensemble des connaissances, compétences et attitudes enseignées.

Acquisition de compétences professionnelles

- Acquisition d'un apprentissage permanent dans la prise de décision liée à la modélisation du plan, capacité à appliquer les principes de l'apprentissage des adultes dans le contexte de l'entrepreneuriat vers un business model et à obtenir des stratégies de participation dans la conception du plan.
- Capacité à appliquer son expérience au plan du business model social.
- Capacité à concevoir, mettre en œuvre et administrer un business plan social. Les participants seront en mesure de suivre les étapes et chacune des étapes d'un business model.
- Capacité à appliquer les méthodologies agiles comme canevas pour un business model.
- Être capable d'appliquer des outils et des ressources pour un business plan social.
- Suivre la mise en œuvre d'un business plan social.

Conclusions

La base correcte pour concevoir un plan de modèle d'entreprise sociale est une méthodologie professionnelle, qui permet de comprendre où va l'entreprise, le modèle d'entreprise et les objectifs de l'entreprise. Cela conduit à concevoir les stratégies de l'entreprise pour établir une stratégie sociale et cohérente. En outre, cela nécessite une bonne planification, de la prudence, de la patience et de la persévérance qui aideront à atteindre les objectifs.

Les Objectifs de développement durable — ODD (ONU, 2015) soulignent le défi auquel sont confrontés tant d'agents sociaux pour couvrir leur déficit d'investissement. L'entrepreneuriat social provoque des changements systématiques et constitue un modèle clé pour générer des initiatives innovantes, efficaces et durables. L'objectif est de générer un impact systémique évolutif et de contribuer à la résolution de problèmes sociaux réels.

Une manière d'assurer le succès de ce type de business model est de promouvoir des alliances et de développer des compétences dans les différents domaines afin de générer un écosystème de collaboration permettant la recherche et le développement de solutions évolutives qui peuvent croître et développer des solutions durables et reproductibles ayant un impact social systémique.

Face aux grands défis que doit relever la société après la crise mondiale de la santé publique, le moteur d'un changement social à grande échelle est un adulte expérimenté.

Pour ce faire, une feuille de route pour une collaboration plus étroite et plus profonde entre tous est importante pour avoir plus de soutien, de financement et de moyens de multiplier l'apprentissage. Tous les participants à ce cours peuvent devenir des moteurs du changement, en transmettant une passion qui inspire et motive.

Unité 8. Pratiques de gestion pour la durabilité

Introduction

La proposition de cette unité de compétences est de fournir aux personnes au chômage et aux personnes âgées les outils nécessaires pour appliquer de manière adéquate des pratiques de gestion et pour intégrer le développement durable comme élément nécessaire à la réussite des personnes.

Avant de créer des outils de formation, les caractéristiques personnelles de chaque étudiant doivent être prises en compte. Par exemple, leurs intérêts, leurs capacités ou leur aptitude à interagir et à créer de nouvelles propositions d'amélioration. Bien que nous sachions tous qu'il s'agit d'un processus très compliqué et difficile à planifier si les étudiants n'ont pas une idée claire de leur avenir ou de la manière de créer des ressources innovantes pour atteindre leur réussite personnelle et professionnelle.

D'un autre côté, les ODD jouent un autre rôle important dans ce processus, puisque sans eux, les pratiques liées au développement durable ne pourraient être incorporées. Mettre fin à la pauvreté dans le monde, éliminer la faim, parvenir à une meilleure alimentation ou promouvoir l'agriculture durable sont quelques-uns des points forts de ce projet, afin de garantir une vie saine et de promouvoir le bien-être des chômeurs et des personnes âgées pauvres.

Pour les atteindre, il est essentiel que les ODD soient connus par les parties prenantes, et il est aussi très nécessaire d'utiliser des guides et des outils qui aident ces groupes à atteindre les objectifs définis. Investir dans un enseignement de qualité est primordial pour améliorer la vie des gens, et par conséquent, contribuer au développement durable.

Ce n'est que par l'accès à l'éducation que la croissance démographique, la durabilité économique et sociale, ainsi qu'une plus grande sensibilité et action par rapport à l'environnement, peuvent être garanties. Voici quelques indicateurs spécifiques pour

atteindre les bonnes pratiques recueillies dans le guide SDG Compass (Global Compact, WBCSD et GRI):

- Heures moyennes de formation par an et par employé, décomposées par catégorie d'employés et par genre.
- Proportion approximative des travailleurs de la chaîne de valeur qui reçoivent une formation par an.
- Proportion d'enfants des employés ayant accès à des services de garde d'enfants locaux, abordables et sûrs.
- Nombre, types et impact des initiatives de l'entreprise en matière de sensibilisation et de formation à la durabilité, impact sur les changements de comportement et résultats obtenus

Description

Tout d'abord, il est nécessaire de créer un plan d'action dans lequel le travailleur ou la personne au chômage peut acquérir une formation adéquate à ses intérêts et demandes personnels. Pour cela, les droits de l'homme constituent l'un des outils les plus divers et les plus importants pour leur acquisition. En outre, le respect de ces droits permettra à la personne d'avoir une meilleure qualité de vie.

Ensuite, l'intégration du développement durable comme élément nécessaire à la réussite des personnes devient l'une des options les plus avantageuses pour elles. Bien que pour pouvoir l'entreprendre, il soit nécessaire de répondre à une série d'exigences:

- Comprendre le concept d'entrepreneur et fournir des connaissances et des compétences personnes pour atteindre la croissance et la qualité de vie.
- Proposer de bonnes idées qui contribueront à atteindre de nouveaux objectifs et valeurs, ainsi que l'établissement de valeurs telles que la durabilité, l'équité ou le respect de la population.
- Utiliser des ressources personnelles pour grandir en tant que personne.

Il est essentiel que le lieu de travail soit aussi un espace d'apprentissage pour tous les employés. Pour que cela soit possible, il est nécessaire d'encourager l'apprentissage et de disposer d'une offre de formation, et que les responsabilités de l'emploi lui-même motivent l'employé à continuer à apprendre. Ce dernier point nous amène à un autre

problème : le fait que les travailleurs peu qualifiés occupent souvent des postes où ils doivent accomplir un nombre limité de tâches, souvent répétitives, qui ne les stimulent pas à acquérir de nouvelles compétences.

On peut aussi en déduire que l'employeur doit considérer ses employés davantage comme des personnes ayant besoin d'une stimulation intellectuelle au travail que comme des entités dont il obtient des services en échange d'une rémunération financière.

Par conséquent, ce plan d'action peut être l'un des outils les plus bénéfiques pour l'estime de soi et l'intérêt des gens pour le respect de l'environnement. Ainsi, il existe des exemples similaires réalisés en Espagne, dans lesquels de très bons résultats ont été obtenus. Parmi eux, des pratiques comme celle de Valladolid se distinguent.

Cette ville dispose d'un projet de jardins écologiques pour les retraités et les personnes au chômage. Depuis l'année dernière, approximativement 400 personnes âgées ont développé cette activité dans les installations de l'INEA dans lesquels un programme sur le vieillissement actif des Services Sociaux, et une centaine de chômeurs, qui disposeront de quatre espaces différents dans la ville, gérés par le département de l'environnement. Les jardins urbains pour les chômeurs sont répartis dans quatre zones de Valladolid: Valle de Arán, Santos-Pilarica, Parque Alameda et le Jardin Botanique. Cette activité est proposée comme une activité de loisir saine pour le vieillissement actif selon le conseil municipal. Par ailleurs, les jardins communautaires sont constitués d'un ensemble de parcelles urbaines destinées à la culture de plantes horticoles, et sont basés sur l'agriculture biologique, qui fonctionnent le plus souvent grâce aux accords établis par les autorités locales avec une ou plusieurs personnes pour leur exploitation.

Barcelone fait partie des villes qui développent un projet appelé "Jardins dans le Ciel", créé par Adela Martínez, qui a pour objectif de transformer les toits inutilisés de la ville en jardins urbains, en faisant la promotion de la culture de ses propres fruits et légumes. De plus, ils font tout cela grâce à la mise en œuvre de l'économie circulaire et agissent comme une plate-forme pour la réintégration des groupes défavorisés.

La Fageda est un autre exemple de bonne pratique, développée en 1982, qui a lancé un projet commercial à Olot ayant pour objectif d'inclure les personnes de la région ayant des handicaps mentaux ou de sévères troubles mentaux dans l'emploi et la société grâce à la manufacture de produits laitiers. (Ils sont actuellement la deuxième entreprise en termes de vente en Catalogne pour ce type de produits).

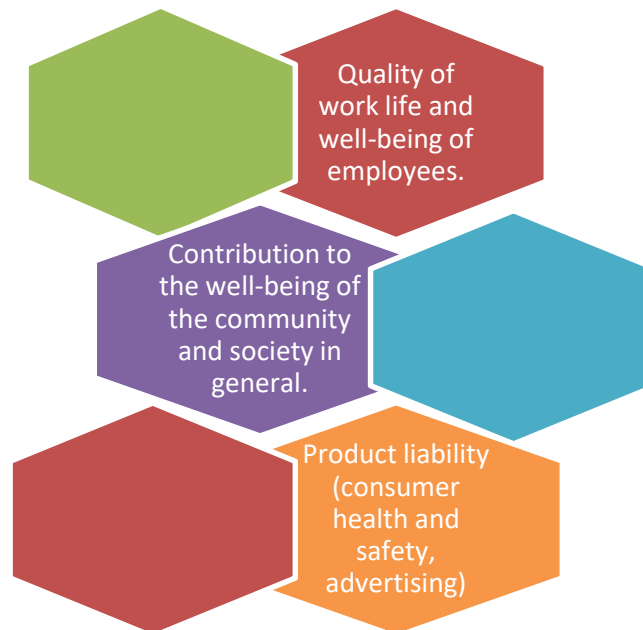
Enfin, Espigoladors est un autre des projets les plus remarquables de ces dernières années, dont la philosophie consiste à utiliser la nourriture, tout en donnant des moyens d'action aux personnes menacées d'exclusion sociale, d'une manière transformatrice, participative, inclusive et durable. Il s'agit d'une organisation à but non lucratif qui relève trois défis sociaux : développer un modèle reproductible et transférable qui réduit le gaspillage alimentaire, améliore l'accès à une alimentation adéquate et crée de nouvelles opportunités pour les personnes menacées d'exclusion sociale.

Conclusions

La formation des personnes au chômage doit aborder des aspects théoriques tel que la durabilité, les ODD et le changement social. Mais par-dessus tout, les aspects méthodologiques tels que les innovations, les véritables dynamiques participatives, et l'intégration de l'activité scolaire dans les zones rurales doivent être abordées.

Les enseignants doivent devenir des agents du changement, des chercheurs, des critiques et des transformateurs, des organisateurs de programmes éducatifs dynamiques qui développent l'interdisciplinarité et la diversité, encouragent le travail en équipe, guident et donnent l'exemple aux étudiants. Autant d'aspects qui nécessitent une formation permanente et continue à de nouvelles compétences.

D'autre part, la dimension sociale vise un résultat économique adéquat pour les personnes impliquées, une meilleure qualité de vie pour les travailleurs et la communauté et une diminution de l'impact environnemental avec l'impact social de l'organisation à l'intérieur et à l'extérieur:



En conclusion, nous pouvons affirmer que la société et les entreprises font partie du développement durable, que c'est une responsabilité pour tous. Nous devons être clairs sur le fait qu'à travers la durabilité, nous pouvons également être compétitifs, que la vision du développement durable doit aller au-delà du respect des réglementations établies et que l'objectif doit être de garantir la continuité des entreprises.

Dimension 4: Outils & Ressources numériques

La Créativité et l'Innovation sont des compétences de base dans un monde digital. Pour s'adapter aux exigences de l'ère numérique, cette dimension "Outils et ressources numériques" comprend des unités d'apprentissage formulées pour le développement des compétences numériques afin de stimuler les pratiques de mentorat et d'entrepreneuriat.

Unité 1. Mentorat en ligne

Introduction

L'unité de Silver Up portant sur le mentorat en ligne a pour objectif d'améliorer l'adoption de l'utilisation des outils numériques dans les pratiques de mentorat.

Le Tronc commun Didactique et Conceptuel fournira des informations théoriques pertinentes sur le tutorat électronique, les outils numériques nécessaires, ainsi que les avantages et les défis qu'il comporte. Il soulignera les facteurs qui déterminent la réussite d'un programme d'e-mentorat et fournira un lien vers des études de cas de mentorat en ligne pertinentes et des plateformes de mentorat en ligne prêtes à l'emploi. Il suggère également une méthodologie pédagogique qui peut être utilisée lors de l'enseignement de l'unité.

Description

Le mentorat en ligne est le mentorat qui implique l'utilisation de la technologie, par exemple, utiliser un PC, un ordinateur portable, une tablette ou un téléphone mobile pour utiliser les emails, faire des appels conférence en utilisant des plateformes vidéo, envoyer de messages par des méthodes de communication textuelle, l'utilisation de fonctions de chat et la publication sur des tableaux d'affichage et des forums numériques.

Le mentorat en ligne vise à permettre une communication opportune et créative entre le mentor et le mentoré, grâce à une variété de technologies et d'applications. Dans ce cas, les utilisateurs cibles sont des mentors et des mentorés seniors, et l'objectif du programme de mentorat en ligne est de soutenir ces seniors en matière d'innovation sociale et d'entrepreneuriat.

Plusieurs programmes proposent des systèmes logiciels propriétaires plutôt que d'utiliser des plates-formes publiques, ce qui permet un contenu plus personnalisé intégré dans une plate-forme mono-utilisateur, par exemple : <https://www.capterra.com/mentoring-software/>. Chaque plate-forme offre des conseils sur la manière d'utiliser le logiciel.

Des programmes varient dans les outils de communication qu'ils offrent aux utilisateurs. Certains fournissent une seule plateforme ou un seul outil de communication, par exemple le courrier électronique, tandis que d'autres permettent aux utilisateurs d'accéder à divers moyens de communication, par exemple la vidéoconférence et les fonctions de chat.

Le mentorat en ligne peut être individuel ou collectif qui engage une approche de type communautaire. Elle se déroule en petits groupes et toute communication est visible et accessible à tous les membres du groupe.

Avantages du mentorat en ligne:

- Les mentors et les personnes accompagnées peuvent se trouver dans des lieux, des villes ou même des pays différents, tout en participant au programme de mentorat, ce qui signifie que les mentors et les personnes guidées qui n'auraient pas pu participer au mentorat en face à face peuvent y prendre part. Cela augmente le potentiel de recrutement de mentors ayant une expertise et des compétences spécifiques et pertinentes.
- La Communication peut être facilitée en fournissant aux participants l'accès au technologie nécessaire (PC, ordinateur portable, téléphone mobile, tablette) et un wi-fi stable.
- Les mentors ou les mentorés souffrant d'un handicap physique, qui aurait pu les empêcher de participer à un mentorat en personne, peuvent facilement participer à un mentorat en ligne. Par conséquent, des objectifs auparavant inatteignables sont maintenant réalisables.
- La communication entre le mentor et le mentoré peuvent être synchrones (communication via des outils de vidéoconférence) et asynchrones (communication par courrier électronique). La communication peut également être fixée à des moments précis, ou laissée ouverte, permettant aux mentors et aux mentorés de communiquer quand ils le souhaitent ou le peuvent. Cela peut être décidé dès le départ.

- Le mentorat en ligne peut être entièrement réalisé par le biais de la technologie, ou une approche mixte peut être adoptée, où une certaine interaction a lieu en face à face.
- Le mentorat en ligne peut être réalisé en tête-à-tête, en petits groupes ou une combinaison des deux. Il peut y avoir un ou plusieurs mentorés participant avec un ou plusieurs mentors. L'idée d'un environnement d'apprentissage partagé peut être renforcée par l'utilisation d'un tableau d'affichage numérique où les mentorés et les mentors peuvent, par exemple, discuter de sujets et partager des idées et des conseils. De plus, les tableaux fonctionnent comme des opportunités de mise en réseau pour les mentors et les mentorés et peuvent donc potentiellement augmenter les interactions et l'intérêt.
- Les technologies du mentorat en ligne, telles que le courrier électronique, la vidéoconférence et les services de texte et de chat, sont très probablement déjà familières et simples à utiliser. Le courrier électronique permet d'envoyer des messages plus longs et de joindre des documents.
- La Vidéo conférence permet une communication synchrone en temps réel et elle est plus personnelle, presque en présentiel.
- L'envoi de SMS est immédiat et offre potentiellement une communication 24/7. Il est adapté au mobile est facile d'utilisation
- Un forum ou un tableau d'affichage numérique est peut-être moins familier, mais là encore, il est simple et offre des avantages, notamment la possibilité de communiquer simultanément avec de nombreux mentors ou mentorés. Les messages peuvent être triés par thème et des sous-groupes peuvent être créés.
- L'utilisation d'une combinaison de ces méthodes sur une plateforme propriétaire multifonctionnelle offre des modes de communication flexibles et pourrait potentiellement être plus engageante. De plus, avec l'utilisation répandue de la technologie mobile, il est possible d'accéder à ces outils de communication et de les utiliser facilement.

Difficultés:

- Une réticence ou un manque de confiance dans l'utilisation de la technologie.

- Des problèmes techniques avec les outils numériques et la connexion wi-fi peuvent entraver la communication.
- Si les mentors ou les mentorés utilisent des ressources publiques (par exemple, un PC de bibliothèque publique), et/ou si le programme utilise les médias sociaux, des problèmes potentiels de sécurité et de sûreté peuvent survenir. Il est plus difficile de préserver la vie privée des utilisateurs dans ces cas-là.
- Il peut être potentiellement plus difficile de se connecter, de former des relations étroites et significatives lorsque la communication se fait par le biais de la technologie plutôt qu'en présentiel.

Difficultés spécifiques de chaque outil numérique:

- La communication par Email communication a tendance à être asynchrone et implique un temps de réponse.
- La vidéoconférence peut accroître le sentiment de distance.
- La communication par SMS ne permet pas des conversations détaillées et le partage de documents peut être fastidieux.
- Les utilisateurs peuvent se sentir dépassés par un forum numérique au début.
- Être propriétaire d'une plateforme peut être coûteux et long à développer et à gérer.

Malgré ces défis, le mentorat en ligne est innovant et pertinent à l'heure actuelle, où nous nous appuyons davantage sur la technologie et apprécions les avantages qu'elle peut nous apporter.

Les facteurs qui déterminent le succès des programmes de mentorat en ligne:

- Sélection des outils digitaux les plus appropriés pour le programme
- Associer le bon mentor au bon mentoré.
- Sélectionner des mentors ayant une expertise en matière de tutorat et possédant les connaissances/compétences appropriées pour le programme.
- Veiller à ce que les plates-formes de tutorat en ligne soient faciles à utiliser.
- Offrir aux mentorés et aux mentors une initiation préalable aux outils numériques qui seront utilisés dans le cadre du programme et fournir un soutien continu concernant l'utilisation des outils numériques si nécessaire.

- Demander au départ à la personne guidée de fixer des objectifs pour le programme : cela déterminera le choix du mentor, le type de programme qu'elle suivra, le contenu et les discussions entre le mentor et la personne guidée. Les objectifs doivent être contrôlés et les résultats mesurés.

Approches pédagogiques

Les méthodes d'enseignement pour cette unité peuvent se concentrer sur une approche centrée sur l'étudiant, avec des activités de groupe comprenant le remue-méninges, l'apprentissage basé sur l'enquête, la discussion, l'analyse d'exemples de la vie réelle, et le jeu de rôle où les apprenants peuvent obtenir une expérience pratique de l'application des outils dans un scénario de mentor/mentoré.

Conclusions

En conclusion, l'utilisation du mentorat en ligne offre de nombreux avantages par rapport au mentorat traditionnel en présentiel et constitue une méthode efficace et innovante pour faciliter la communication entre mentor et mentoré, ou entre mentors et mentorés. Les outils numériques nécessaires à l'e-mentorat sont simples et faciles à utiliser, et chacun offre différents avantages pour les utilisateurs. Il est important de considérer quels outils apporteront les avantages souhaités lors du choix du moyen de communication lors de la conception d'un programme de mentorat en ligne. L'adéquation entre le bon mentor et le bon mentoré est un autre facteur important qui peut contribuer à déterminer le succès d'un programme de mentorat en ligne.

Unité 2. Stratégie de marque du social business

Introduction

Cette unité a pour objectif de présenter à l'apprenant senior un ensemble de connaissances pertinentes, de concepts clés et d'outils principaux concernant la stratégie de marque pour le social business.

Le Tronc commun Didactique et Conceptuel présentera le concept de stratégie de marque, expliquera les composantes essentielles d'une stratégie de marque efficace et fournira des liens vers certains modèles et approches de stratégie de marque. Il examinera les avantages et les défis de la stratégie de marque et fournira des liens vers des études de cas pertinentes. Enfin, il suggère des approches pédagogiques potentielles pour cette unité.

Description

Une marque est un ensemble d'associations qu'une personne ou un groupe de personnes font à propos d'une entreprise, d'un produit ou d'un service. Par conséquent, la stratégie de marque est un plan qui contient des objectifs spécifiques à long terme pouvant être atteints grâce à la croissance de la marque d'une entreprise - les composants uniques qui rendent une marque identifiable. Il s'agit d'une pratique marketing consistant à façonner activement une marque - en essayant d'exploiter, de générer une influence et de contrôler l'ensemble des associations pour aider l'entreprise à devenir plus prospère.

L'objectif d'une stratégie de marque efficace est de distinguer la marque des autres marques, de la rendre instantanément identifiable et unique par rapport aux autres marques. Une stratégie de marque bien définie et exécutée a un impact sur tous les aspects d'une entreprise et est directement liée aux besoins des consommateurs, aux émotions et aux environnements concurrentiels.

Les éléments suivants sont essentiels à l'élaboration d'une stratégie ou d'un plan de marque complet:

1. Une définition de l'objectif de l'entreprise : vision et mission. Quelle est la grande idée de l'entreprise ? Quelles sont les valeurs de l'entreprise ? Où va-t-elle ? Il est important de décider de la personnalité et du ton de la marque (comment voulez-vous qu'elle soit perçue ?). L'objectif d'une entreprise peut être considéré de deux manières : comme fonctionnel (le succès est mesuré en termes de raisons immédiates et commerciales, comme gagner de l'argent) ou comme intentionnel (le

succès est mesuré en termes de gagner de l'argent et de faire le bien dans le monde). Les entreprises sociales doivent faire connaître leur raison d'être et les objectifs sociaux qu'elles visent à atteindre.

2. Identification du slogan et des piliers du message de l'entreprise : un slogan est une phrase, un mot ou une expression utilisée pour résumer une position sur le marché et les piliers du message sont les histoires clés qu'une entreprise veut raconter sur sa marque.

3. Cohérence : il s'agit de ne communiquer que sur des sujets en rapport avec la marque ou la mettant en valeur. Il est important de réfléchir à la signification de chaque élément de communication pour l'entreprise. Est-il conforme au message de l'entreprise ? La cohérence contribue à la reconnaissance de la marque, qui a un impact sur la fidélité des clients. La création d'un guide de style (prenant en compte le ton de la voix, la couleur, le positionnement, etc.) contribuera à la cohérence.

4. Émotion : l'utilisation de déclencheurs émotionnels pour se connecter avec les clients à un niveau plus profond. (Le produit leur permet-il de se sentir plus proches des autres/de faire partie d'un groupe ? Leur apporte-t-il la tranquillité d'esprit ? etc..)

5. Flexibilité: s'il est important d'être cohérent, les marques doivent également rester flexibles et procéder à des ajustements pertinents afin de maintenir et de renforcer l'intérêt pour la marque et de la distinguer

6. Implication des employés: s'assurer que les employés comprennent la vision de la marque, communiquent avec les clients et représentent la marque de cette manière.

7. Sensibilisation des clients: Plus une entreprise comprendra ses clients, plus elle aura de succès. (Quel est le problème que l'entreprise sociale tente de résoudre ? Qu'aide-t-elle ses clients à atteindre ?)

8. Fidélité des clients: récompenser les clients pour leur fidélité. En outre, le fait de souligner la relation positive qu'une entreprise entretient avec ses clients existants permet d'attirer d'autres clients potentiels.

9. Sensibilisation à la concurrence: améliorer une marque en apprenant de la concurrence. Examiner ce qui fonctionne, et ce qui ne fonctionne pas, pour d'autres entreprises similaires et utiliser ces informations pour aider à positionner la marque.

Exemples de modèles et d'approche de stratégie de marque: Les modèles de stratégie de marque sont utiles pour créer de la clarté : par exemple, l'échelle des avantages de la marque, le "pourquoi, comment et qui ?" de Simon Sinek, Bull's Eye et le modèle d'équité de la marque de Keller. Pour plus de détails sur chaque modèle et son application, veuillez consulter le site suivant [lien 1](#) et [2](#). Pour d'autres approches de stratégie de marque, veuillez suivre [ce lien](#)

Avantages: Une stratégie de marque efficace contribuera au succès d'une marque. Elle rendra la marque plus identifiable et la distinguera de la concurrence. La marque sera mieux alignée sur les besoins et les émotions des clients et, par conséquent, devrait conduire à la fidélisation des clients et à l'augmentation des ventes.

Enjeux:

1. Posséder une vision de marque convaincante que l'entreprise elle-même comprend parfaitement. Si ce n'est pas le cas, les décisions marketing et commerciales peuvent être prises sans tenir compte de la vision de l'entreprise.
2. Maintenir la pertinence de la marque - maintenir la marque à jour et attrayante.
3. Se concentrer sur les raisons logiques pour lesquelles les consommateurs font des achats. Il est également important de se rappeler que les consommateurs sont également motivés par l'émotion.
4. Fidéliser la clientèle - retenir les consommateurs actuels et en attirer de nouveaux.
5. Maintenir l'homogénéité et la cohérence de la marque, sa valeur et sa position.

Les progrès technologiques nous permettent d'utiliser des outils innovants pour partager le message d'une entreprise sur toute une série de canaux de communication. Le design de marque, l'identité visuelle d'une entreprise, fournit les outils nécessaires pour rendre une marque distinctive et mémorable. Les outils qui composent l'identité visuelle d'une entreprise sont les suivants : le logo, la police de caractères, la palette de couleurs, l'imagerie, le langage et le style de conception. Ces éléments doivent incarner les ingrédients clés de la marque d'une manière distinctive et mémorable.

Utilisateurs: Dans ce cas, l'utilisateur cible est l'entrepreneur senior

Pour des *études de cas* des entreprises et de la mise en pratique de leur stratégie de marque, veuillez suivre [ce lien](#).

Pour des études de cas d'entreprises sociales et de la mise en pratique de leur stratégie de marque, veuillez suivre [ce lien](#).

Approches pédagogiques

Les méthodes d'enseignement pour cette unité pourraient se concentrer sur une approche centrée sur l'étudiant, avec des activités de groupe comprenant le remue-méninges, la discussion, la résolution de problèmes, l'apprentissage basé sur l'enquête, l'apprentissage basé sur le projet, l'apprentissage par la pratique, les présentations, la discussion réfléchie et l'analyse d'exemples réels et d'échanges de meilleures pratiques.

Conclusions

En conclusion, la stratégie de marque, qui consiste à façonner activement une marque, est un facteur clé de la réussite d'une entreprise. Une stratégie de marque bien pensée et efficace permet de distinguer une marque de ses concurrents et de la rendre facilement identifiable et mémorable. Elle tiendra compte de l'objectif de la marque, de ses valeurs, de sa vision, de sa personnalité et du ton de sa voix, de son slogan, des piliers de son message et de son design. Elle sera cohérente, cohésive et flexible. Elle mettra en œuvre l'utilisation de déclencheurs émotionnels et comprendra et récompensera ses clients pour leur fidélité. Elle garantira l'engagement des employés et tirera les leçons de la concurrence.

Unité 3. Marketing numérique

Introduction

Cette unité a pour objectif d'amener l'apprenant senior à appliquer des stratégies de marketing numérique pour promouvoir le social business.

Le Tronc commun Didactique et Conceptuel présentera le concept de marketing électronique et énumérera les stratégies possibles (technologies). L'importance d'un plan de marketing numérique sera expliquée et un modèle pour créer un plan numérique solide sera présenté. Des liens vers d'autres lectures seront fournis. Les avantages et les défis du marketing numérique seront discutés et des liens vers des études de cas seront fournis. Enfin, nous suggérerons des approches pédagogiques potentielles pour cette unité.

Description

Le Marketing représente les activités qu'une entreprise engage pour promouvoir l'achat et la vente de ses produits ou services. Le marketing en ligne est un marketing qui est réalisé en ligne, en utilisant un site web ou d'autres outils et ressources numériques. Il est aussi connu sous le terme de marketing en ligne. La stratégie de marketing de marketing numérique est la conception d'un plan marketing qui capitalise sur les capacités technologiques d'une entreprise. La stratégie de marketing en ligne est la conception d'un plan marketing qui capitalise sur les capacités technologiques d'une entreprise pour remplir les objectifs marketing spécifiés. Le Social business ou entreprise sociale représente le commerce qui a été créé et conçu pour résoudre un problème social.

Le marketing en ligne suppose d'appliquer des stratégies (technologies) qui constituent des canaux en ligne pour commercialiser une entreprise dans le but de soutenir et d'atteindre des objectifs et des activités de marketing, dans le but de retenir et d'attirer des clients et donc d'augmenter les ventes et les bénéfices. Ces stratégies comprennent les sites de médias sociaux, l'optimisation des moteurs de recherche, le marketing par courrier électronique, le site web de l'entreprise, le marketing de contenu, les brochures en ligne et les blogs.

Le marketing en ligne suppose de reconnaître l'importance de technologies numériques et de concevoir une approche planifiée pour se connecter aux clients et les attirer vers des services via une communication numérique et plus traditionnelle. Une entreprise peut aider à permettre la fidélisation des clients en améliorant ses connaissances sur les profils, comportements, valeurs, et fidélité des clients et aussi sur les facteurs de fidélité et enfin en réalisant des communications intégrées et ciblées et des services en ligne pour satisfaire leurs besoins individuels.

Le Dr. Dave Chaffey, un digital strategist, explique ce que sont les 7D d'une stratégie de marketing numérique:

1. *Objectifs Digitaux*: étudier ce que l'entreprise souhaite atteindre à travers le marketing numérique, en considérant comment il peut aider l'entreprise à mieux réussir et plus investir sur la transformation digitale et toujours sur le *marketing permanent ainsi que des investissements dans les campagnes*.
2. *Public Digital*: comprendre les comportements, caractéristiques et préférences en ligne des consommateurs pour fournir un contenu et des expériences pertinents

3. *Appareils Digitaux*: smartphones, tablettes, PC portable, PC, TV etc.
4. *Plateformes digitales*: plus d'interactions numériques se font à travers un navigateur ou une app à partir d'un provider : Facebook, Instagram, Google, YouTube, Twitter, LinkedIn, Apple, Amazon or Microsoft.
5. *Média Digital*: Des canaux de communication obtenus et payés pour atteindre et engager des publics.
6. *Données Digitales*: les informations et les connaissances que les entreprises recueillent sur leurs clients
7. *Technologie Digitale*: la technologie marketing que les entreprises utilisent pour créer des expériences interactives en ligne, par exemple, emails, réseaux sociaux, marketing de contenu, technologie publicitaire

<https://www.davechaffey.com/digital-marketing-definitions/what-is-digital-marketing/>

Comment créer un solide plan marketing en ligne: Un plan de marketing en ligne a besoin d'inclure une stratégie, des tactiques et des actions. L'utilisation d'un modèle est recommandé pour par exemple: Modèle SOSTAC du PR Smith. SOSTAC signifie:

- Situation – où sommes-nous actuellement?
- Objectifs – où souhaitons-nous aller?
- Stratégie – Comment y parvient-on?
- Tactiques – Comment précisément y arriver?
- Action- Quel est votre plan?
- Contrôle – Comment y sommes-nous arrivés?

Pour des lectures additionnelles sur la création d'un solide plan marketing en ligne visitez [ce lien](#):

Avantages du marketing numérique:

- Il est possible d'atteindre un public beaucoup plus large de consommateurs potentiels en ligne qu'en faisant uniquement un marketing hors ligne.
- Les résultats sont mesurables, précis et fournis en temps réel, et peuvent être utilisés pour informer la stratégie de l'entreprise. En utilisant des logiciels analytiques, il est possible de mesurer le retour sur investissement (ROI) de toute activité marketing entreprise de manière numérique.

- De nos jours, les gens passent leur temps en ligne. Un marketing numérique est par conséquent la manière la plus efficace d'atteindre les clients déjà présents et ceux potentiels.
- Le marketing numérique peut faire économiser des frais.
- Un dialogue entre le consommateur et l'entreprise peut être créé à travers un marketing conversationnel (forums, live chat, enquête en ligne) qui peut rapprocher l'entreprise du consommateur et ainsi permettre à l'entreprise d'en apprendre plus sur leurs consommateurs. Par conséquent, le dialogue est possible entre le client et le client potentiel (examens).
- Le marketing numérique ajoute de la valeur à la marque et la diffuse– réalisé à travers l'information des clients du développement des produits en ligne, et en leur fournissant des avantages supplémentaires, des offres et des expériences en ligne, y compris la construction de nouvelles communautés.
- L'optimisation des moteurs de recherche garantit de la visibilité.

Difficultés:

- Les avis publiés en ligne, s'ils sont négatifs, peuvent nuire à la marque et être difficiles à supprimer.
- Certaines méthodes sont coûteuses, par exemple, l'optimisation des moteurs de recherche.
- Le marketing numérique peut être chronophage à créer et à gérer.
- Nécessité de posséder des connaissances sur différentes technologies, et sur comment elles fonctionnent.

Utilisateurs cibles: Dans ce cas, les utilisateurs cibles sont les entrepreneurs seniors

Innovation: Les technologies de marketing en ligne émergentes incluent l'automatisation, l'intelligence artificielle, la personnalisation, la réalité virtuelle et le storytelling en réalité augmentée.

Approches pédagogiques

Les méthodes d'enseignement pour cette unité se focalisent sur une approche centrée sur l'étudiant, avec des activités de groupe incluant du brainstorming, des discussions,

des résolutions de problèmes, de l'apprentissage par enquête, de la pédagogie de projet, de l'apprentissage par la pratique, des présentations, de discussion sérieuse et des analyses d'exemples concrets du quotidien et un échange de bonnes pratiques.

Lecture additionnelle:

- [10 recommended situational analysis tools and insights sources for digital marketing planning](#)
- [Innovating digital marketing 2020 – key trends](#)

Conclusions

En conclusion, le marketing digital suppose l'utilisation de technologies numériques pour atteindre les objectifs marketing en vue d'attirer et de fidéliser les clients et il augmente les ventes et les profits. Un solide plan de marketing numérique a besoin d'être élaboré pour planifier quelles technologies numériques utilisées et comment. Il existe plusieurs modèles de plan de marketing numérique disponibles pour aider une entreprise à l'élaborer.

Unité 4. Commerce en ligne

Introduction

Cette unité a pour objectif de fournir aux apprenants seniors les connaissances et les pratiques pertinentes pour établir et maintenir une présence constante sur le web.

Le Tronc commun Didactique et Conceptuel expliquera le concept d'e-commerce et ses différents types. Il définira une stratégie d'e-commerce, et expliquera les outils, les canaux et les technologies actuels du e-commerce. Il présentera les avantages et les difficultés du e-commerce et présentera certaines tendances émergentes. Enfin, il proposera des liens vers des études de cas portant sur le e-commerce et suggérera des méthodologies pédagogiques potentielles à ce sujet.

Description

Le E-commerce est l'achat et la vente de produits et de services qui utilise Internet, plus le transfert d'argent et de données pour réaliser ces transactions. Il se réfère

particulièrement à la transaction de biens ou de services en ligne et peut exister avec ou sans une boutique physique. Presque tous les produits ou services imaginables sont disponibles à travers le e-commerce, allant des billets d'avion, aux vêtements et aux livres jusqu'aux services de banque en ligne. De nos jours, chaque consommateur est capable de naviguer et de faire des achats en ligne, il est par conséquent essentiel de proposer ce service.

Il existe 4 types de e-commerce:

1. Vente en ligne en *business-to-business*, par exemple *Amazon*, qui actuellement s'étend vers un modèle *business-to-consumer* incluant du *business-to-business*. Un autre exemple pourrait être celui d'une entreprise qui vend des pièces à une entreprise de fabrication, par exemple des pièces détachées pour voitures.
2. Vente en ligne en *business-to-consumer* est le commerce de vendre directement au consommateur, par exemple, une chaîne de vêtement tel que *Zara*.
3. Vente en ligne en *consumer-to-consumer* est le business model qui facilite le commerce entre des individus privés, par exemple, *Ebay*.
4. Vente en ligne en *consumer-to-business* est, par exemple, quand un influenceur blogue sur un produit et fournit des liens vers le site web de l'entreprise en échange d'un gain financier. De même, un photographe proposant un stock de photographies aux entreprises.

L'objectif du e-commerce est d'atteindre, d'attirer et de fidéliser les consommateurs, pour faire des ventes et augmenter les profits. Dans ce cas, l'utilisateur cible est l'entrepreneur senior.

Stratégie, technologie, outils et canaux du E-commerce:

La stratégie du E-commerce est une approche planifiée sur comment une entreprise utilisera les outils et les canaux suivants pour atteindre les objectifs établis:

- *Une plateforme de e-commerce*: le site web d'une entreprise sur lequel le client peut acheter ses biens ou ses services. Pour créer un site web, les entreprises peuvent utiliser, par exemple, *Shopify*, une entreprise qui fournit les outils nécessaires pour créer un site web de e-commerce, trouver des consommateurs, augmenter les ventes, et gérer le commerce au jour le jour. D'autres fournisseurs

de plateforme de e-commerce méritent investissement tel que *Magento*, *WooCommerce*, *BigCommerce*, *Wix*, et *Salesforce Commerce Cloud*, par exemple.

- *Un système de traitement des paiements numériques*: un moyen de traiter le paiement des clients sur votre site web, par exemple, *Paypal* ou *Stripe*.
- *Les outils du e-marketing* : tels que l'email marketing, par exemple *MailChimp*, un outil qui aide à étendre la mailing list de l'entreprise et aide à réaliser des campagnes marketing coordonnées.
- *Analyse avancée et suivi (tracking)*: pour suivre et analyser les informations relatives aux ventes afin de mieux comprendre les habitudes d'achat des clients, par exemple, *Kiss Metrics*. <https://www.kissmetrics.io/> Les entreprises du E-commerce businesses peuvent suivre les indicateurs de performances suivant afin de suivre la performance, de fixer des objectifs et d'agir si les chiffres dévient de la norme : visiteurs uniques; visiteurs au total; vues de la page ; nouveaux visiteurs; nouveaux clients; commandes totales par jour, semaine et mois and ; temps passé sur le site; vues par visite; déconnexion et abandon de panier ; rentabilité; marge brute; Service clients cas ouverts; coût d'acquisition du paiement par clic; Conversions totales du paiement par click; valeur moyenne de commande; Intérêt et likes sur Facebook; retweets sur Twitter et nouveaux followers; Notations Amazon ; Taux d'ouverture des emails; sources du Referral.
- *Intégration de services de livraison*: *ShippingEasy*, est un exemple de solution logicielle de livraison pour les entreprises du e-commerce.
- *Solutions de gestion des réseaux sociaux*: puisque maintenir les sites des réseaux sociaux à jour peut prendre beaucoup de temps, il est possible alors d'utiliser une solution de gestion des médias sociaux, telle que, *Hootsuite*. Cet outil permet à l'utilisateur d'accéder et de poster tout le contenu digital sur une seule plateforme
- *Logiciel de gestion de la Relation client (GRC)*: Les outils GRC se concentrent sur la création et le suivi de la meilleure expérience client sur le site web. *Zendesk* est l'un des outils GRC les plus populaires. Utiliser en combinaison avec une équipe d'assistance à la clientèle afin de fournir une expérience d'assistance à la clientèle compétitive.

Technologies:

Pour accéder au site web d'une entreprise et faire des achats en ligne, un client a besoin d'un accès à la WI-FI, d'un PC, d'un ordinateur portable, d'une tablette ou d'un smartphone et d'une carte de débit ou de crédit.

Avantages du e-commerce:

- Une plus grande gamme de clients peut être atteinte- le lieu ne constitue plus un obstacle puisque l'organisation a prévu un service de livraison qui livre dans ce lieu.
- Si l'entreprise crée un site web contenant des pages qui se chargent rapidement et qu'elle utilise un service de livraison fiable, l'expérience shopping peut être plus pratique, plus rapide et moins énergivore
- Le comportement des clients peut être suivi et analysé et utilisé pour contribuer à la stratégie de commerce électronique.

Difficultés du e-commerce:

Le démarrage d'une entreprise peut être décourageant, car il existe tellement d'outils et de canaux différents parmi lesquels choisir, et tellement de concurrence déjà sur le marché.

- Sélectionner les bons outils/canaux pour l'organisation et les clients.
- Cibler et fidéliser les bons clients : avec un tel choix, comment une entreprise peut-elle persuader un client de visiter son site web ? Comment l'entreprise encourage-t-elle les clients qui naviguent à devenir des clients payants ? Et, une fois qu'un client a acheté un produit ou un service, comment l'entreprise peut-elle l'encourager à revenir ?
- Cybersécurité : les violations de la sécurité des données peuvent causer de graves dommages aux opérations et à l'image d'une entreprise.

Le e-commerce nécessite l'utilisation des outils numériques pour atteindre, attirer, retenir et suivre les clients. Le client doit avoir accès à un PC, un ordinateur portable, une tablette, un téléphone mobile et une connexion Wi-Fi pour participer.

Approches pédagogiques

Les méthodes d'enseignement pour cette unité peuvent se concentrer sur une approche centrée sur l'étudiant, avec des activités de groupe incluant du brainstorming, des discussions, des résolutions de problèmes, de l'apprentissage par enquête, de la

pédagogie de projet, de l'apprentissage par la pratique, des présentations, de discussion sérieuse et des analyses d'exemples concrets du quotidien et un échange de bonnes pratiques.

Conclusions

En conclusion, établir et maintenir une présence en ligne est essentiel pour toute entreprise. Offrir une expérience utilisateur en ligne agréable et facile à naviguer, où les clients peuvent naviguer, acheter et recevoir des biens et des services sans effort, est vital pour attirer et fidéliser les clients. Le suivi du comportement des clients est également nécessaire pour répondre à leurs besoins et continuer à stimuler les ventes et les bénéfices. De nombreux outils établis sont disponibles pour aider une entreprise à atteindre cet objectif.

Unité 5. Entrepreneuriat Numérique

Introduction

Cette unité vise à fournir à l'apprenant senior des connaissances et des compétences techniques pertinentes concernant l'utilisation de différents outils numériques pour stimuler l'entrepreneuriat senior.

Le Tronc commun didactique et conceptuel passera en revue et décrira les connaissances théoriques et les compétences techniques nécessaires à l'utilisation des outils numériques pour le mentorat en ligne, la stratégie de marque, l'e-marketing et le e-commerce afin de stimuler l'entrepreneuriat des seniors. En outre, il suggérera des méthodologies pédagogiques potentielles pour cette unité.

Description

Un entrepreneur est une personne qui transforme une idée d'entreprise en biens économiques ou en commerce. Un entrepreneur senior est un entrepreneur âgé de plus de 50 ans. L'entrepreneuriat numérique implique l'utilisation d'outils numériques dans ce processus, essentiel dans le monde des affaires d'aujourd'hui où le marché des affaires en ligne est essentiel. On pourrait dire qu'en fait, les outils numériques sont en train de remodeler le processus entrepreneurial. Les entrepreneurs seniors doivent s'efforcer d'adopter les différents outils numériques et de sélectionner ceux qui sont les plus pertinents et les plus utiles pour leur entreprise. Pour ce faire, il est nécessaire

d'examiner les outils numériques actuellement disponibles, ainsi que de considérer les compétences techniques requises.

Pour dynamiser l'entrepreneuriat des seniors, divers outils sont disponibles:

Vidéo conférence: Skype, Zoom, Google Hangouts. Ce sont des outils de vidéo conférence qui permettent une communication en ligne en face à face et en temps réel pour le processus de mentorat en ligne entre le mentor senior et le mentoré senior. Des compétences techniques de base sont nécessaires pour créer et utiliser ces plateformes. Chaque plateforme offre à l'utilisateur des conseils pas à pas sur la façon de configurer et d'utiliser la technologie.

E-mail: Peut être utilisé pour le mentorat en ligne et le marketing numérique. Simple à utiliser, nécessitant des compétences techniques de base. Parmi les services de messagerie d'entreprise, citons Google Workspace, qui offre tous les avantages de Gmail (courrier électronique, lecteur, formulaires, etc.) mais permet de créer une adresse électronique professionnelle personnalisée, au lieu d'utiliser "Gmail" dans l'adresse. Pour le marketing en ligne, MailChimp est un outil utile qui peut aider à étendre la liste de diffusion d'une entreprise et à mener des campagnes de marketing coordonnées.

Outils de communication par le texte : Les fonctions de chat et les forums sont également des canaux efficaces pour faciliter la communication dans le cadre d'un e-mentorat visant à stimuler l'entrepreneuriat des seniors. Ils peuvent être établis à l'aide d'outils gratuits disponibles dans le commerce, tels que WhatsApp, ou d'outils intégrés à des plateformes logicielles propriétaires.

Modèles de stratégie de marque : Il existe de nombreux modèles de stratégie de marque et de boîtes à outils en ligne auxquels une entreprise peut avoir accès, ainsi que des sociétés telles que Frontify, spécialisées dans l'aide à la stratégie de marque. En outre, "How to Create a Brand Strategy" est une ressource et une boîte à outils utiles, gratuites et faciles à suivre, disponibles sur le site web de Column Five Media.

Outils de conception de l'image de marque visuelle: Il existe de nombreux outils en ligne pour aider les entreprises à s'implanter en ligne, par exemple, Looka. Looka est une plateforme qui aide les entreprises à concevoir leur logo, leur marque et leur marketing numérique.

Parmi les autres outils de valorisation de la marque, citons: *Pikochart*, un outil pour concevoir des infographies et l'optimisation des moteurs de recherche; *SEMrush*, un outil qui propose une recherche par mots clés, une analyse concurrentielle et des

conseils en matière de contenu, et qui adapte également les résultats en fonction du lieu et de l'appareil, permettant ainsi aux entreprises de concevoir leur stratégie de marketing SEO en fonction de leur public cible spécifique ; les outils de contenu de marque d'Instagram, qui permettent aux marques de taguer d'autres partenaires commerciaux dans leurs publications ; pour la création de contenu vidéo professionnel, Wistia, qui propose une plateforme à petit prix ; Adobe Illustrator, un outil pour la conception de logos ; les plateformes de guide de style en ligne sont utiles pour garantir la cohérence de l'image de marque d'une entreprise ; Frontify peut aider une entreprise à élaborer et à partager un guide de style ; et Quordoba, une plateforme d'audit de contenu, examinera en permanence tous les billets de blog, articles, messages sur les médias sociaux, etc. créés pour vérifier que le guide de style d'une entreprise est respecté par les employés.

Les sites de réseaux sociaux : Les sites de médias sociaux peuvent être utilisés pour promouvoir une marque et atteindre un large public. Les sites de médias sociaux les plus populaires sont Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn. Chaque plateforme est simple à configurer et à utiliser et offre des conseils étape par étape sur la manière de procéder. Le développement et la gestion des sites de médias sociaux peuvent prendre beaucoup de temps, c'est pourquoi l'outil Hootsuite peut être utile car il permet à l'utilisateur d'accéder à tout le contenu numérique de la marque et de le publier sur une seule plateforme.

Marketing en ligne: Il existe de nombreux outils disponibles pour le marketing en ligne, tels que les sites de médias sociaux, l'optimisation des moteurs de recherche, le marketing par courrier électronique, le site web de l'entreprise, le marketing de contenu, les brochures en ligne et les blogs. En outre, Google et Facebook proposent des outils gratuits et précis d'analyse du marché. [Lectures additionnelles.](#)

E-commerce: Il existe plusieurs outils pour faciliter le e-commerce. Il est essentiel de trouver les outils les mieux adaptés à chaque entreprise. La création d'un plan de e-commerce aidera un entrepreneur à planifier exactement quels outils utiliser et comment. Le plan devra notamment prendre en compte:

1. *une plateforme de e-commerce*: le site web d'une entreprise où le client peut acheter ses biens ou services en utilisant, par exemple, une plateforme de commerce électronique telle que [Shopify](#)
2. *un système de traitement des paiements numériques* : un moyen d'accepter les paiements des clients sur votre site web, par exemple, *Paypal* ou [Stripe](#).

3. *Analytique avancée et suivi*: pour suivre et analyser les informations relatives aux ventes afin de mieux comprendre les habitudes d'achat des clients, par exemple, [Kiss Metrics](#).

4.. *Intégrations de service de livraison*: par exemple, [ShippingEasy](#), un exemple d'outil logiciel de livraison pour les entreprises du e-commerce.

5. Logiciel de Gestion de la Relation Client (*GRC*): Les outils GRC se concentrent sur la création et le suivi de la meilleure expérience client sur le site web, par exemple, [Zendesk](#)

Nouvelles technologies numériques pour améliorer l'expérience d'achat: RA (réalité augmentée); une augmentation de l'utilisation de la recherche vocale ; pour aider les entreprises à apprendre à connaître leurs clients : IA (intelligence artificielle) ; pour créer une personnalisation sur site : personnalisée sur site et big data ; les chatbots pour améliorer l'expérience d'achat ; plus de moyens de paiement ; l'utilisation de la vidéo ; l'importance croissante de la durabilité ; l'optimisation de la stratégie numérique pour la conversion.

Toutes les tendances émergentes ne conviennent pas à toutes les entreprises. Une organisation doit surveiller ses données clients pour évaluer si une tendance convient à ses clients.

Approches pédagogiques

Les méthodes d'enseignement pour cette unité peuvent se focaliser sur une approche centrée sur l'étudiant, avec des activités de groupe incluant du brainstorming, des discussions, des résolutions de problèmes, de l'apprentissage par enquête, de la pédagogie de projet, de l'apprentissage par la pratique, des présentations, de discussion sérieuse et des analyses d'exemples concrets du quotidien et un échange de bonnes pratiques.

Conclusions

En conclusion, les avantages de l'entrepreneuriat numérique sont clairs. Pour rester en phase avec les consommateurs d'aujourd'hui : pour atteindre, attirer, engager, il est essentiel de construire et de maintenir une présence en ligne en utilisant une variété d'outils numériques. Des compétences techniques de base sont nécessaires pour utiliser

ces outils, et les fournisseurs d'outils fournissent des conseils étape par étape pour garantir que leurs produits sont accessibles à tous.

Unité 6. Réseautage en ligne

Introduction

Le but de cette unité est d'amener l'apprenant senior à utiliser les environnements numériques pour le travail en réseau et à utiliser les médias sociaux pour promouvoir l'entrepreneuriat social.

Le tronc commun didactique et conceptuel présente les connaissances théoriques pertinentes nécessaires à la compréhension des environnements numériques et des médias sociaux, ainsi que de leurs applications pour la mise en réseau et la promotion. Il décrira les environnements numériques les plus populaires disponibles et examinera leurs avantages et leurs défis. Des liens vers des études de cas pertinentes seront également fournis et des méthodologies pédagogiques possibles seront suggérées.

Description

Le réseautage désigne le processus ou l'action d'interagir avec d'autres personnes pour échanger des informations et développer des contacts professionnels ou sociaux. Le réseautage en ligne est donc le processus de développement d'un réseau de contacts professionnels et sociaux par le biais de canaux de communication en ligne, notamment par le biais de plateformes de médias sociaux telles que LinkedIn, Facebook, Instagram et Twitter, un moyen plus innovant de réseautage et de promotion que les méthodes plus traditionnelles. Les médias sociaux peuvent également être utilisés comme outil de marketing, ainsi que pour promouvoir des activités telles que, dans le cas présent, l'entrepreneuriat social.

Pour utiliser les environnements numériques pour le réseautage et les médias sociaux pour la promotion, il est nécessaire de créer d'abord un compte sur les sites de médias sociaux les plus populaires mentionnés ci-dessus. Une fois le compte créé, il faut le gérer et le développer régulièrement, en téléchargeant du contenu attrayant et pertinent.

LinkedIn est le site de mise en réseau en ligne le plus populaire pour les entreprises et les professionnels. Il se présente comme une communauté professionnelle et permet aux personnes partageant les mêmes centres d'intérêt d'entrer en contact, de rejoindre des groupes professionnels, d'apprendre les uns des autres et d'offrir un espace aux entreprises pour se faire connaître et publier des offres d'emploi. Les particuliers peuvent également promouvoir leurs compétences personnelles et leur expérience professionnelle auprès d'employeurs potentiels via un curriculum vitae en ligne. LinkedIn est accessible depuis un PC, un ordinateur portable, une tablette ou un appareil mobile.

Participer à des événements en ligne est l'une des méthodes d'étendre le réseau en ligne d'une entreprise. La participation à de petits événements virtuels liés au secteur, il est plus facile de participer à la conversation et d'être visible, ce qui facilite le suivi ultérieur avec les autres participants en envoyant une demande de connexion et en engageant la conversation. Par conséquent, il est recommandé d'organiser un événement virtuel pour étendre le réseau de l'entreprise. Il est essentiel que les informations lors de telles réunions, soient partagées ou postées sur un site de réseautage professionnel. Le fait d'apporter de la valeur ajoutée peut contribuer à l'établissement de relations positives et donner l'occasion à une entreprise de parler de ce qu'elle fait d'une manière plus naturelle qu'un discours direct.

En général, le réseautage en ligne permet les avantages suivants :

- Le potentiel de se connecter rapidement à des contacts utiles situés partout dans le monde.
- Le potentiel de rejoindre des forums, des groupes et des communautés pertinents et de participer à des discussions et de recevoir et proposer du soutien. Cela pourrait vous permettre de vous établir en tant qu'expert dans le domaine, ce qui renforcerait votre réputation et élargirait vos contacts.

La promotion des médias sociaux a pour but d'augmenter le trafic vers le site web d'une entreprise et de stimuler les ventes d'une entreprise ou, dans ce cas, de promouvoir une idée, comme l'entrepreneuriat social. Comme la plupart des gens comptent aujourd'hui sur les médias sociaux pour obtenir du contenu web, il s'agit d'un outil essentiel à utiliser. Le succès d'un site de médias sociaux repose sur la création et la publication d'un contenu attrayant et pertinent. Dans un contexte commercial, l'idée est d'attirer l'attention du lecteur, en publiant un lien vers un blog d'entreprise par exemple, afin d'attirer le client potentiel vers le site web. Pour promouvoir une idée, les sites de médias sociaux

s'emploient à susciter l'intérêt et à partager l'information. La création d'un plan de médias sociaux permettra d'identifier une stratégie à suivre.

Créer un plan de communication sur les réseaux sociaux en utilisant les [Objectifs SMART](#) :

Les réseaux sociaux les plus populaires sont *Facebook*, *Instagram*, et *Twitter*.

- *Facebook* est un site web qui permet aux utilisateurs de créer un profil gratuit. L'utilisateur ajoute ensuite des 'amis' pour communiquer avec, à travers des posts sur lesquels ils partagent des photos, des opinions, des vidéos etc., ou en commentant les posts de leurs amis. Il est aussi possible de rejoindre des groupes d'intérêts partagés.
- *Instagram* fournit aux utilisateurs un espace de partage de photos, de vidéos et de brefs messages avec leurs 'followers'. Instagram est accessible gratuitement.
- *Twitter* est un système de micro-blogging qui permet aux utilisateurs d'envoyer et de recevoir de courts posts appelés 'tweets' de et pour les 'followers'. Les Tweets peuvent contenir jusqu'à 140 caractères de long et peuvent inclure des liens vers des sites ou des ressources. Twitter est lui aussi accessible gratuitement.

Avantages d'utiliser des réseaux sociaux pour la promotion:

- Clients/individus actuels et potentiels qui peuvent être atteints facilement et rapidement.
- Un public plus large peut être atteint.
- Il est possible de partager du texte, des vidéos, des photos et des liens.
- La plupart des réseaux sociaux sont gratuits.
- Les réseaux sociaux permettent une connexion plus personnelle en facilitant les conversations à double sens.
- Les réseaux sociaux aide à créer une idée ou une marque à travers des posts cohérents et planifiés avec précaution.
- Acquisition organique de clients : les utilisateurs peuvent partager le contenu qu'ils trouvent intéressant avec leurs amis/contacts, ce qui contribue indirectement à promouvoir l'idée/la marque..

Difficultés liées au réseautage en ligne et aux réseaux sociaux :

- La création d'un plan de communication sur les réseaux sociaux efficace et bien pensé of an effective.
- Savoir quelle plateforme de réseaux sociaux utilisée
- Étendre la liste de contacts/followers/amis.
- Comprendre le public et maintenir leur engagement en créant du contenu intéressant et pertinent.
- Analyser la réponse du réseau social.

Inconvénients du réseautage en ligne et des réseaux sociaux:

- Connection émotionnelle limitée.
- Problèmes de vie privée et de sécurité
- Chronophage.

Approches pédagogiques

Les méthodes d'enseignement pour cette unité peuvent se concentrées sur une approche centrée sur l'étudiant, avec des activités de groupe incluant du brainstorming, des discussions, des résolutions de problèmes, de l'apprentissage par enquête, de la pédagogie de projet, de l'apprentissage par la pratique, des présentations, de discussion sérieuse et des analyses d'exemples concret du quotidien et un échange de bonnes pratiques.

Conclusions

En conclusion, utiliser des environnements numériques pour le réseautage et les réseaux sociaux pour la promotion sont des outils recommandés à la fois pour étendre les connexions et atteindre une plus grande audience. En considérant le nombre de temps que les gens passent en ligne de nos jours, il est essentiel d'avoir une présence en ligne. *LinkedIn* est la communauté professionnelle en ligne la plus populaire et la plus respectée, offrant de nombreux avantages aux particuliers et aux entreprises. Pour la

promotion de l'entrepreneuriat social, les sites de médias sociaux tels que Facebook, Instagram et Twitter sont les sites les plus pertinents..

Liste des références

- Allen, J. (2019). [Digital Entrepreneurship](#).
- Bozeman, B. and Feeney, M.K. (2019). [Toward a Useful Theory of Mentoring: A Conceptual Analysis and Critique](#).
- Cronin, N, (2020). [The Complete Guide To Reverse Mentoring](#).
[e-Mentoring Supplement to the Elements of Effective Practice for Mentoring](#).
[Entrepreneurship for Impact Foundation](#).
- Frost, R. (2019). [e-Marketing](#). Kindle Edition.
- Hudson, P. (2013). [Mentoring as professional development: “growth for both” mentor and mentee](#).
- Kautonen, T. (2013). [Senior entrepreneurship](#).
- Kutz, M. (2016). [Introduction to e-Commerce. Combining Business and Information Technology](#)
- Maffini, C., Marques, J., Kruglianskas, I., Barberi, L and Schoproni, R. (2014). [Management for sustainability: An analysis of the key practices according to the business size](#). *Ecological Indicators*.
- Martin, R. and Osberg, S. (2007). [Social Entrepreneurship: the Case for Definition](#).
- [Mentee Profile](#) (2019)
- [Mentoring Mindset, Skills and Tools 4th Edition](#)
- [Mind your Mentoring Mindset](#) (2019)
- OECD. [Social Innovation](#).
- Searby, L. (2014). [The Protégé mentoring mindset: a framework for consideration](#).
- Senior Mentoring Entrepreneurs (SME). [Senior professionals providing guidance to aspiring entrepreneurs](#).
- [Set Up Your Mentor/Mentee Profile](#) (2021)
- Sisley, G. (2020). [How to Transition from a 9-5 to Self-Employment](#).
- [Social Business Strategies](#)
- Stypinska, J., Franke, A. and Myrczyk, J. (2019). [Senior Entrepreneurship: the Unrevealed Driver for Innovation](#).

[The Silver Economy](#) (2018)