

SMART TEACHERS 2018

COMMENT REALISER UN PROJET CONCRET AVEC DES ELEVES DU SECONDAIRE

Un programme
de



Soutenu par



WeTech



AIMS

African Institute for
Mathematical Sciences
Fostering the next generation of
scientists



PLAN

I. Objectifs	3
II. Le profil du coach	3
III. Les qualités à développer/encourager chez les élèves	4
IV. Les pièges à éviter	4
V. Quelques astuces.....	4
VI. Bon à savoir : Comment rédiger un plan d'affaires (ou business plan).....	5

I. OBJECTIFS

Réaliser un projet concret consiste à créer quelque chose de nouveau dans le but de produire une solution, un bien ou un service qui a de la valeur parce que répondant à un besoin de l'environnement dans lequel il a été créé.

Réaliser un projet concret avec vos élèves du secondaire a plusieurs avantages. Cela vous donne l'occasion :

- de leur montrer l'utilité des matières qui leur sont enseignées en classe, ce qui les rendra plus pratiques et plus compréhensibles à leurs yeux ;
- d'identifier des choses qui les passionnent ;
- de prendre conscience qu'ils peuvent apporter des solutions aux problèmes qui les entourent ;
- de réaliser leur potentiel;
- d'innover;
- d'agir positivement sur leur environnement;
- de vivre une expérience valorisante;
- d'accroître leur confiance personnelle;
- de gagner des compétences et des atouts qui leur seront utiles dans le futur gagner d'importants atouts pour l'avenir.

Le projet peut prendre plusieurs formes. Le but peut être de faciliter l'apprentissage d'une notion, de créer une solution pratique et utilisable à un problème de société, d'informer ou sensibiliser sur un sujet important, de commercialiser un bien ou un service, etc.

II. LE PROFIL DU COACH

Pour être un coach efficace, vous devez :

- être compétent techniquement dans votre discipline ;
- identifier les compétences dont vous avez besoin de vous entourer et les mobiliser autour de vous ;
- avoir des compétences en gestion, en comptabilité, en marketing, en conception d'un business plan (plan d'affaires).

Vous aurez également besoin de faire preuve des qualités/points forts suivants.

- Leadership
- Autonomie et capacité à faire des recherches
- Dynamisme
- Persévérance
- Bonne gestion du stress
- Confiance en soi
- Facilité à communiquer avec les élèves et avec leurs parents
- Capacité d'adaptation
- Capacité en encadrer et à motiver des jeunes.

Il est important s'il vous manque certaines de ces compétences ou attitudes, de ne pas vous décourager mais de saisir l'opportunité de les développer.

III. LES QUALITES A DEVELOPPER/ENCOURAGER CHEZ LES ELEVES

La solution à créer lors du projet n'est pas sa seule finalité. Réaliser un projet avec des élèves du secondaire permet également de mieux les préparer à leur avenir socio-professionnel. Certains enfants auront déjà développé les compétences ou attitudes ci-après, d'autres non. Le coach doit pouvoir évaluer cet aspect et développer ou encourager chez les membres de son équipe :

- un intérêt réel pour les matières qui leur sont enseignées en classe ;
- de meilleures compétences dans ces matières ;
- la solidarité et le sens des responsabilités ;
- la créativité et l'innovation ;
- le leadership et l'esprit d'équipe ;
- la persévérance, la force de travail et la capacité à faire des recherches ;
- l'autonomie.

IV. LES PIEGES A EVITER

Vous devez absolument vous assurer que la réalisation d'un projet avec vos élèves n'aura pas pour effet :

- de développer chez vos élèves un désintérêt pour les matières vues en classe ;
- de les pousser à rechercher un profit financier au détriment de leurs études ;
- de valoriser la compétitivité au détriment de l'esprit d'équipe et de la solidarité ;
- de mettre à l'écart ou dévaloriser ceux de vos élèves qui ont moins de compétences ou sont plus introvertis que d'autres ;
- de les amener à travailler sur vos idées plutôt que sur celles qui les intéressent.

V. QUELQUES ASTUCES

Dans le cadre de la compétition de projets de Smart Teachers 2018, voici quelques astuces pour être plus efficaces.

- Présenter la compétition de manière motivante aux élèves afin d'emporter leur adhésion et de susciter leur enthousiasme.
- Prenez très au sérieux la présentation du projet aux parents. Leur accord écrit est indispensable pour permettre la participation de l'enfant. Il est important :
 - de bien vous préparer à répondre à leurs questions ;
 - de leur présenter le projet de manière à ce qu'ils comprennent qu'il s'agit d'une opportunité pour leurs enfants et non d'une distraction ;
 - de vous présenter comme un coach crédible auprès duquel les membres de votre équipe seront en sécurité.
- Prenez également très au sérieux votre responsabilité auprès des (futurs) membres de vos équipes. En effet, vous devrez être des modèles pour eux tant sur le plan technique que sur le plan humain.
- Préparez-vous à gérer les aspects humains de la collaboration entre les membres de votre équipe. En cas de conflit, faites preuve d'équité et de neutralité.
- Maintenez un contact fréquent avec les parents pour les rassurer .

VI. BON A SAVOIR : COMMENT REDIGER UN PLAN D'AFFAIRES (OU BUSINESS PLAN)

Le plan d'affaires est un canevas de matérialisation d'une idée de projet. Lorsqu'une personne veut créer une entreprise, rédiger un plan d'affaires lui permet :

- de vérifier la viabilité de son idée,
- d'identifier les ressources nécessaires à sa mise en œuvre ;
- de faire des projections ;
- etc.

Il sert à déterminer si on doit aller de l'avant avec le projet ou non. Ensuite, ce plan servira à communiquer les grandes lignes de votre projet à des partenaires (financiers ou autres) afin de les convaincre qu'il s'agit là d'une opportunité d'affaires intéressante, viable et rentable.

Votre plan d'affaires devra détailler les points suivants.

PRESENTATION DE VOTRE PROJET :

- Description du projet
- Quel problème résout le projet et comment le fait-il ?
- Objectifs à court, moyen et long terme
- Détail des prestations (services ou produits à offrir)
- Présentation de l'équipe
- Curriculum vitae des promoteurs du projet

ANALYSE DE MARCHÉ :

- Identification de la clientèle cible
- Evaluation qualitative et quantitative du marché potentiel
- Evaluation de la concurrence
- Fournisseurs potentiels

PLAN DE COMMERCIALISATION ET DE MISE EN MARCHÉ :

- Stratégies de prix et service à la clientèle
- Stratégies de publicité et promotion
- Discours de vente
- Garanties et service après-vente

PLAN DE RESSOURCES HUMAINES :

- Besoins en main-d'oeuvre
- Formation de la main-d'oeuvre
- Condition de rémunération et horaires de travail

PLAN DE RESSOURCES FINANCIERES :

- Coût du projet
- Besoins financiers
- Sources de financement
- Conditions d'emprunt
- Etats financiers prévisionnels
- Budget de caisse