

Fiche-action n°

Titre

Objectif : enseigner autrement les enseignements d'exploration avec Moodle

Mots clés : Moodle, enseignement d'exploration, classe inversée, la consommation, un marqueur social ?

1. LE CONTEXTE

Projet expérimenté dans une classe de seconde à projet composée de 30 élèves : classe sans note, utilisation des compétences et travail en grande partie en ateliers (groupes de 4 personnes). L'activité s'est déroulée sur plusieurs semaines en classe et hors classe.

2. LES CONTENUS

Cette activité permet

- Un travail de découverte des notions principales du chapitre « la consommation, un marqueur social ? » et une réflexion autour de cette question par groupe de travail.
- Un travail de synthèse autour des informations collectées.
- Un travail de réalisation d'une publicité (choix de l'objet, de la musique, des couleurs, du logo, du public visé...).
- Analyse de cette publicité créée.
- Construction d'un débat sur le retour de l'uniforme au lycée en classe au terme de cette activité.

3. LA MISE EN ŒUVRE

- 1/ Chaque élève prend connaissance du cours et des documents sur Moodle, puis par groupe, ils se mettent en activité en répondant à certaines questions portant sur différentes notions telles que l'influence du lieu d'habitation, de l'âge, du milieu social sur la consommation ; sur l'importance de la publicité ou de la mode dans les choix des consommateurs ou encore sur comment la publicité peut être créatrice de besoins chez les ménages, ... l'importance de l'effet de distinction et d'imitation.
- 2/ Un retour sur le travail de groupe et une synthèse de cours est réalisée en classe
- 3/ Mise en pratique par les élèves et réalisation de publicité par groupe avec une analyse de cette dernière qui doit être déposée sur la plateforme.
- 4/ Pendant la période de réalisation des publicités et de leur analyse les élèves peuvent poser leurs questions sur un forum ouvert sur Moodle afin que les élèves puissent avoir accès aux questions des autres élèves et qu'ils puissent éventuellement se répondre entre eux sous la surveillance de l'enseignant.

- 5/ Chaque élève est évalué de façon formative par le biais de texte à trous sur Moodle. Cette activité permet à chaque élève d'avoir un retour pour chaque proposition. De plus, un débat portant sur le port de l'uniforme au lycée a également été mené en fin de séquence ce qui leur permettait de s'investir individuellement et de remobiliser les notions découvertes lors de ce chapitre.

4. LE PROJET

Le projet est d'utiliser Moodle dans ses différentes fonctions en classe en hors classe et d'observer ses apports positifs ainsi que ses limites dans le cadre d'une activité.

L'activité permet d'utiliser Moodle comme plateforme de dépôt du cours en lui-même, de documents ou vidéos annexes ou encore de devoirs de la part des élèves. Cet outil permet également la création d'un espace d'échanges entre les élèves eux-mêmes et entre eux et l'enseignant afin de mener leur activité dans les meilleures conditions. Moodle permet également d'expérimenter différentes évaluations formatives comme le texte à trous ou le débat.

L'activité menée peut être réalisée sous forme de classe inversée ou de façon plus traditionnelle.

5. LES ANNEXES

Capture d'écran de l'activité menée avec Moodle : « La consommation, un marqueur social ? »



Navigation

- Ma page
 - Accueil du site
- Pages du site
- Mon profil
- Cours actuel
 - SESLH28**
 - Participants
 - Badges
 - Généralités
 - La consommation, un marqueur social ?
 - création de publicité
 - Section 3
 - Section 4
 - Section 5
 - Section 6
 - Section 7
 - Section 8
 - Section 9
 - Section 10
- Mes cours

 [Forum des nouvelles](#)

La consommation, un marqueur social ?

La consommation dit-elle ce que nous sommes ? Est-elle sous influence ?

 [La consommation un marqueur social ?](#)

création de publicité

Suite à vos travaux portant sur la consommation : un marqueur social c'est-à-vous de jouer !

La consigne est la suivante : par groupe, vous réaliserez une publicité du bien de votre choix. Vous déposerez un fichier vidéo de votre publicité de 1.30 minute à 2 minutes.

Suite au dépôt de fichier de votre publicité vous justifierez vos choix tel que le choix du bien, des couleurs, de la musique, des acteurs etc.

Vous préciserez également la population ciblée par votre publicité et expliquerez comment vous avez procédé pour toucher cette population en particulier.

 [déposez votre publicité](#)

 [Déposez l'analyse de votre publicité](#)

- ▶ Généralités
- ▶ La consommation, un marqueur social ?
- ▶ création de publicité
- ▶ Forum de discussion
- ▶ Testez- vous
- ▶ Section 5
- ▶ Section 6
- ▶ Section 7
- ▶ Section 8
- ▶ Section 9
- ▶ Section 10

▶ Mes cours

Administration

Administration du cours

Notes

Prendre le rôle...

Retour à mon rôle normal

Réglages de mon profil

Personnes

Participants

Activités

Devoirs (2.2)

Forums

Ressources

Tests

création de publicité

Suite à vos travaux portant sur la consommation : un marqueur social c'est-à-vous de jouer !

La consigne est la suivante : par groupe, vous réaliserez une publicité du bien de votre choix. Vous déposerez un fichier vidéo de votre publicité de 1.30 minute à 2 minutes.

Suite au dépôt de fichier de votre publicité vous justifierez vos choix tel que le choix du bien, des couleurs, de la musique, des acteurs etc.

Vous préciserez également la population ciblée par votre publicité et expliquerez comment vous avez procédé pour toucher cette population en particulier.

 déposez votre publicité

 Déposez l'analyse de votre publicité

Forum de discussion

 Place à vos questions

Testez- vous

 A vous de jouer !

Section 5

ANALYSE DE NOTRE PUBLICITE POUR AKWO

Nous avons choisi différentes musiques pour représenter un maximum de possibilités et surtout pour toucher un public plus large. Le choix du bien repose juste sur le fait que l'on trouvait ce sujet inspirant et ce sujet nous permettait de toucher un maximum de personnes (la musique étant à tout âge un besoin vital). Les couleurs utilisées sont diverses et adaptées à l'environnement que nous voulions créer (ex: sombre pour le métal). Les musiques sont très variées pour que chacun des « spectateur » s'identifie au type de musique qu'il écoute mais aussi pour montrer que les écouteurs sont adaptés à tous types de musiques. Les acteurs sont nous-même, nous ne souhaitons pas particulièrement un casting varié mais simplement une personne principale avec quelques personnes autour. Nous avons également opté pour mettre un peu d'humour dans cette publicité ce qui la rend plus « mémorable ».

En ce qui concerne le logo, AKWO (akwou) signifie « écouter » en grec, nous avons optés pour l'écriture de cette façon pour renforcer le côté futuriste dont nous parleront plus tard. La population ciblée par notre publicité est générale, on cible tout le monde, pour cela nous avons choisi des musiques diverses et nous n'avons pas utilisé de couleurs en particulier pour ne pas représenter une situation en particulier. Le léger bord noir pendant les musiques (au milieu de la publicité) est volontaire, cela permet au spectateur de voir une légère différence entre la situation initiale (l'arrêt de bus) et, ce que la personne qui a les écouteurs imagine. Nous avons rajouté un slogan pour notre marque à savoir « The sound you dreamt of hearing » en français « le son que vous rêviez d'entendre », le choix de l'anglais ici n'est pas anodin parce que cette langue est universelle ce qui permet à tout le monde de comprendre cette publicité (à noter l'absence de dialogue volontaire elle est aussi encore une fois pour que tout le monde puisse comprendre). Nous avons pu mettre des dialogues en anglais mais nous trouvions le message assez clair, ce qui nous a permis de nous passer de dialogues. Nous avons également donné un titre à cette publicité : « be full of sound » soit « laissez le son s'emparer de vous » en français. Ce titre permet de présenter la vidéo et donc de donner un « avant-goût » de ce qui va se passer ensuite (à noter la présence d'anglais également, pour le même motif expliqué précédemment).

Pour le logo nous avons créé un logo futuriste pour faire croire à une dimension futuriste lorsqu'on écoute des musiques avec ces écouteurs. On

peut également voir la marque complète au début et le logo seulement à la fin. Nous avons procédé de cette façon pour d'abord, présenter la marque (inconnue du public) et ensuite juste le logo sur fond noir sans rien d'autre pour que les gens reconnaissent le logo directement lorsqu'ils le voient. Les musiques ont été soigneusement choisies la plupart sont connues du public (musique de la coupe du monde de football 2014, In da club de 50 cent....) ce qui leur permet de faire le lien avec notre publicité lorsqu'ils entendent une des musiques présentées dans celle-ci. Les environnements (créés par la musique) sont divers, ce qui rend la publicité moins monotone et renforce l'idée première de celle-ci à savoir : « lorsqu'on écoute une musique dans des écouteurs Akwo le son est tellement bon qu'il change l'atmosphère dans laquelle l'auditeur se trouve et lui permet de s'évader ». La situation initiale présente également un personnage en situation quotidienne ce qui renforce le côté où tout le monde peut s'identifier à cette publicité.

Les balancés de caméras (présents à certains passages) sont volontaires et rend la publicité plus dynamique et plus réaliste. De même pour les ralentis et accélérés qui permettent de rendre la situation plus cinématographique (pour le passage « mafieux » la mise en scène rappelle celle des « experts » ou autres séries de ce genre ce qui encore une fois permet au spectateur de faire le lien avec ce qu'il connaît et donc de retenir cette publicité plus facilement. Le slogan et le titre sont également présents 2 secondes à l'écran (temps réglementaire pour que le spectateur puisse lire ce qu'il s'affiche). En ce qui concerne les transitions, celles du début et de fin sont « radicales » elles permettent au spectateur de faire la différence entre la situation imaginée et la situation initiale (par contre au niveau des couleurs... cela ne change pas pour quand même laisser l'impression d'une situation réaliste, que l'auditeur vit vraiment en écoutant ses musiques). Seul le son est augmenté pour donner l'impression que l'auditeur est vraiment plongé dans une atmosphère différente (et ne fait plus seulement qu'écouter la musique mais il la vit ; il est acteur comme on peut le voir pour chaque style musical représenté). En revanche les transitions utilisées au milieu de la pub (les flashs) sont très brèves et symbolise un changement de musique de la part de l'utilisateur (la personne que l'on aperçoit au début soit l'auditeur). Nous avons mis également beaucoup d'effets (comme l'effet vieillesse pour le passage des « experts ») pour rendre la situation réaliste et plus comme un film (contribue avec les effets de caméra et les ralentis/accélérés). Puis, à la fin le personnage principal acquiesce le produit et regarde la caméra ce qui donne une impression de qualité du produit et la présence d'humour pour le dernier plan de la publicité marque encore plus les spectateurs du fait que ce soit la dernière image (avant le logo) qu'ils voient.

Navigation du test

1 2 3 4 5

Terminer le test...

Question 1
Pas encore répondu
Noté sur 1,00
Marquer la question

La consommation ostentatoire désigne

Veillez choisir une réponse :

- a. une dépense peu utile mais qui permet de montrer sa richesse
- b. l'achat d'un produit très cher quel qu'il soit
- c. l'achat de vêtements de marque par les moins de 25 ans

Question 2
Pas encore répondu
Noté sur 1,00
Marquer la question

Un produit peut permettre à la fois un effet d'imitation et de distinction ...

Veillez choisir une réponse :

- a. à condition qu'il ne soit pas à la mode
- b. seulement quand il s'agit d'un bien de luxe
- c. Quand sa consommation permet de s'identifier à un groupe social

Question 3
Pas encore répondu
Noté sur 1,00
Marquer la question

La consommation varie en fonction

Veillez choisir au moins une réponse :

- a. du milieu social
- b. de l'âge
- c. du revenu

Question 4
Pas encore répondu
Noté sur 1,00
Marquer la question

Qui a mis en évidence la consommation ostentatoire ?

Veillez choisir une réponse :

- a. Engel
- b. Veblen
- c. Simmel

Question 5

La mode permet