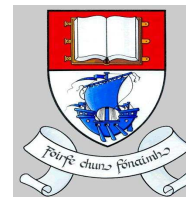




TRAIN



PROFESSIONALIZATION OF LITERACY AND BASIC EDUCATION – BASIC MODULES FOR TEACHER TRAINING -TRAIN

Module 1: Communication et marketing social

Helen Murphy
Waterford Institute of Technology (WIT)

Document pour le Séminaire

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication (communication) n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.

Fiche 1 : Quelle est votre conception du marketing ?

1. Pour vous, que signifie le terme marketing?
2. Quelle est votre expérience dans le domaine du marketing?
3. Énumérez les opérations de marketing auxquelles vous avez participé dans le cadre de votre programme.

Module 1: Communication et marketing social

Fiche 2: Importance du marketing

4. En quoi le marketing est-il important dans un dispositif de lutte contre l'illettrisme?
5. Pour le recrutement de bénévoles?
6. Pour le recrutement d'apprenants en situation d'illettrisme?
7. Pour la sensibilisation du public aux problèmes de l'illettrisme?
8. Quels exemples pouvez-vous citer pour illustrer les réponses apportées à ces besoins en marketing?

Module 1: Communication et marketing social

Fiche 3

9. Quels sont les outils de communication et de marketing les plus fréquemment utilisés dans le cadre de votre programme?
10. Comment mesurez-vous leur efficacité?

Pouvez-vous suggérer d'autres outils susceptibles d'être utilisés ?

Module 1: Communication et marketing social

Fiche 4 : les 4 et 7 P

11. Exercice – si l'on prend le schéma des 4 P, quels sont les 4 P dans votre programme de lutte contre l'illettrisme
 - Produit
 - Prix
 - Promotion
 - Place

12. Exemples de produit
 - Formation individuelle
 - Formation en groupe

13. Puis ajoutez les 3 autres P:
 - Personnes
 - Processus
 - Preuves physiques

Module 1: Communication et marketing social

Fiche 5: La communication en marketing

Avant de choisir le mix marketing adapté à vos besoins, réfléchissez aux points suivants :

14. Quel est le public visé ?
15. Quels sont vos objectifs?
16. Quelles sont les ressources à votre disposition?

Module 1: Communication et marketing social

Fiche 6: Le processus de communication en marketing

Choisissez un groupe cible et suivez les étapes décrites pour élaborer un plan de communication marketing adapté à ce groupe.

Module 1: Communication et marketing social

Fiche 7: Please recapitulate

17. Les 4 et 7 P
18. Les outils du marketing
19. Les objectifs du marketing
20. Les programmes de marketing
21. Avez vous des questions ou commentaires ?