**Enseigner par projet – ESPE Nice – 17 décembre 2015**

**Travail effectué en commun par Cedric Cabane, Imane Debeche, Philippe Mathy**

Niveau seconde, chapitre  *La consommation : un marqueur social ? (On s’interrogera sur l’influence de la mode et de la publicité sur les comportements de consommation ; consommation ostentatoire - effets de distinction et d’imitation)*

Durée : 3 ou 4 séances pour l’ensemble du chapitre, prévoir des vacances entre les séances N°2 et N°3

Rappel sur les « incontournables » du « projet » : produire – montrer – évaluer

Projet : concevoir une campagne publicitaire

Deux cas :

Cas N°1 : exploitation du projet précédent sur l’entreprise (créer son entreprise, chapitre *Comment produire et combien produire ?*). Retenir pour le groupe d’élèves soit leur ancien projet d’entreprise, soit le projet « primé » par la classe et/ou le professeur. Le nouveau projet est de développer une campagne publicitaire qui s’appuie sur l’effet de consommation ostentatoire, l’effet d’imitation et de distinction (l’un ou l’autre, ou les trois aspects).

Cas N°2 : le professeur présente un produit ou un service, si possible qui n’existe pas ou en cours de création (pour éviter de reprendre les publicités déjà existantes). Par exemple, une imprimante 3D alimentaire, (voir google « imprimante 3D voiture vidéo » pour présenter le concept). Exemple concret: l’imprimante pourra produire un macaron aux algues marines ou insectes…

Le projet reste le même : concevoir la campagne publicitaire pour vendre cette imprimante 3D, ou le macaron, campagne dont le ressort conscient ou inconscient serait basé sur les trois notions, ou l’une des trois…

Il faut convaincre la classe d’acheter le produit !

Calendrier et contenu des séances :

Séance N°1 : présentation du chapitre (cours), expliquer pendant la séance la suite à donner sous forme de projet. Il y aura une campagne publicitaire à réaliser sur un produit mystère ou sur le bien/service imaginé dans le précédent projet ; comment un sociologue peut-il nous aider ? Le professeur présente les explications du sociologue sur la consommation… le cours peut s’appuyer sur les publicités déjà existantes, le professeur montre que les trois mécanismes sont déjà employés pour augmenter les ventes. Les élèves commencent à réfléchir en dehors du cours pour la prochaine séance sur leur choix de produit ou de service à promouvoir.

Séance N°2 : présentation du produit, constitution des groupes (idéalement 4 élèves par groupe), début de la réflexion : comment vendre « la chose » ? Comment utiliser pour cela les mécanismes sociologiques du cours ? Quels supports retenir selon les capacités des membres du groupe  (affiche, vidéo, collage, maquette, spectacle vivant, etc.) ? Le professeur « valide » en fin de séance (pour éviter d’éventuelles « dérives » indésirables !)

Vacances : réalisation de la campagne. Tous supports acceptés, on insistera sur la nécessité de trouver un slogan, photo à réaliser, montage…

Séance N°3 : présentation de la campagne, éventuellement prévoir une deuxième séance (qui sera donc la séance N°4) pour faire passer devant la classe tous les groupes.

Fournir une grille aux élèves, à remplir pour chaque présentation :

4 items notés sur 5 :

* la publicité arrive à me convaincre
* la publicité est originale
* la publicité illustre clairement l’une des trois notions du cours
* le groupe explique efficacement son travail (nature du mécanisme illustré)

On déterminera ainsi la meilleure campagne publicitaire.