Complex Toolbox for VOLUNTEERS

Preparing and Running International Projects

e-Course:

Platform for Volunteers to learn how to prepare and run international projects

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

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063430

This publication reflects the views only of the author. The Erasmus+ agency and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Index

- Module 1
- Module 2
- Module 3
- Module 4
- Module 5

Module 1

unité d'apprentissage 1

CATÉGORIE

Définition de l'internationalisation

BRÈVE DESCRIPTION

Dans cette unité, nous fournirons une définition de l'internationalisation, nous analyserons pourquoi vous devriez internationaliser votre organisation, et nous répondrons également à la question: est-ce que tout le monde profite de l'internationalisation?

CONTENU DE LA FORMATION

Une définition de l'internationalisation

L'internationalisation des organisations, entreprises et autres types d'associations est un processus complexe, qui peut s'expliquer de nombreux points de vue différents selon le contexte donné. Par conséquent, fournir une définition simple et facile à comprendre peut être assez difficile.

Une première approche pour une définition de ce phénomène pourrait être la suivante: L'internationalisation des organisations / entreprises est le résultat de la mise en œuvre de plusieurs stratégies différentes qui prennent en compte les ressources et les capacités de l'organisation / entreprise donnée, ainsi que ses propres opportunités (et menaces) dans son contexte international, avec l'objectif de déplacer son activité, totalement ou partiellement, vers ce cadre international, générant différents types de flux (connaissances, ressources, financiers...) entre les pays concernés. Ou, en d'autres termes, devenir mondial.

Source: https://pixabay.com/photos/hand-world-ball-keep-child-earth-644145/

Module 1

Cet ensemble d'opérations internationales ouvre la voie à l'établissement de différents liens entre cette entreprise / organisation et les marchés internationaux, mais cela ne signifie pas que les organisations à but non lucratif, comme nous le verrons plus loin, sont en dehors de cette réalité: compte tenu de leurs objectifs, liées à la solidarité et à la coopération internationale, ces organisations sont en fait très enclines à se développer sur leurs propres «marchés» internationaux. Cette croissance s'explique par la forte demande de ce type de services existant aujourd'hui dans les pays sous-développés.

Par conséquent, si nous nous concentrons sur les organisations à but non lucratif telles que les organisations bénévoles, l'international est en réalité en croissance exponentielle grâce à la création de liens internationaux et à la mise en œuvre de leur activité dans d'autres pays et situations, en développant des projets spécifiques seuls ou avec d'autres partenaires dans ces pays. Cela augmentera la portée de ces actions et donnera accès à plus de ressources et de fonds, ainsi qu'une visibilité dans un cadre international, augmentant ainsi la sensibilisation à leur domaine de travail. D'un autre côté, les coûts augmenteront en conséquence. L'équilibre parfait entre ces coûts supplémentaires et les fonds supplémentaires obtenus sera la clé du succès lors de l'internationalisation de votre organisation, comme nous le verrons dans les unités suivantes.

Pourquoi devriez-vous internationaliser?

De nos jours, le phénomène de la mondialisation est une réalité à laquelle de nombreuses entreprises dans le monde sont confrontées. Leurs processus traditionnels de production et de commercialisation sont désormais remis en question par cette nouvelle réalité, et la recherche imparable de modèles plus productifs et efficaces les conduit inévitablement vers les marchés étrangers. Mais cette réalité, nonobstant, n'affecte pas seulement les entreprises commerciales et les entreprises: les organisations à but non lucratif et d'autres types d'associations sont actuellement confrontées aux mêmes défis, à la recherche de meilleurs moyens de communiquer et d'accroître leur efficacité et leur efficience, quel que soit leur objectif ou dans quel domaine spécifique ils travaillent.

Au cours de la dernière décennie, l'importance de ce type d'organisation a augmenté. Cependant, dans la plupart des cas, cette évolution a été basée uniquement sur des critères sociaux. Malgré cela, la pression économique subie aujourd'hui par ces organisations à but non lucratif a également augmenté, ce qui est dû au fait que leurs bailleurs de fonds exigent une utilisation plus efficace des ressources et plus de transparence dans leurs finances. En d'autres termes, ce type d'activités, tout en étant à but non lucratif, doit être mené de la manière la plus efficace possible, en garantissant une utilisation correcte des ressources mises à disposition.

Une approche efficace des fonds et autres ressources donnés à une organisation peut également être utile pour accroître la dépendance et l'attention que cette organisation a au sein de la société. Il s'agit d'un facteur crucial, car il contribuera à accroître l'engagement d'un plus grand nombre de donateurs et de ressources et à réduire la dépendance que la plupart de ces organisations ont généralement avec les fonds publics et l'aide.

La question est donc: pourquoi devriez-vous internationaliser votre organisation? Nous pouvons résumer les informations données jusqu'à présent comme suit:

- Pour gagner en visibilité à l'international, en augmentant la conscience sociale dans la société du thème spécifique attaché par votre organisation.
- Augmenter le nombre de donateurs potentiels et leur engagement dans le but de l'organisation.

Photo par Perry Grone sur Unsplash

- Pour augmenter l'**impact** de votre organisation, atteindre plus de personnes ayant besoin de votre travail dans d'autres pays de votre environnement international.
- Connaître d'autres organisations et associations ayant des objectifs similaires ou connexes (créer son propre **réseau**), et ainsi accéder à des collaborations.
- Augmenter les **revenus** potentiels des fonds et autres ressources.
- Obtenir une plus grande **rentabilité** de l'utilisation de ces fonds et ressources.
- Acquérir du prestige et une **reconnaissance** internationale.
- Réduire les **coûts**.

Comme nous le verrons plus tard, l'internationalisation présente plusieurs avantages, mais aussi certains risques. C'est l'un des problèmes les plus importants à prendre en compte lorsque l'on envisage de se lancer à l'international. Ce sujet sera abordé dans l'unité d'apprentissage «Bénéfices et risques de l'internationalisation».

Est-ce que tout le monde profite de l'internationalisation?

Pour répondre à cette question, nous devons identifier les principaux acteurs impliqués dans le processus:

Module 1

Organisations: Ils sont le point clé de l'internationalisation, et le succès de ce processus dépend presque exclusivement d'eux. Comme indiqué précédemment, l'internationalisation apporte plusieurs **avantages** considérables aux organisations, tels que gagner en visibilité, atteindre plus de donateurs, accéder à plus de ressources, développer leur activité dans d'autres pays et donc atteindre des groupes cibles plus larges, augmenter l'efficacité de leur utilisation des ressources. et les fonds, acquérir la reconnaissance et réduire les coûts.

Photo par Marvin Meyer sur Unsplash

Cependant, il faut considérer que l'internationalisation entraîne des coûts supplémentaires et des procédures de gestion pour l'organisation. Les organisations à but non lucratif fondent généralement leur financement sur les donateurs et les petits bailleurs de fonds, qui fournissent de manière désintéressée leurs petites contributions à l'organisation. Cela se remarque également par la dépendance de ces organisations vis-à-vis des bénévoles. Dans cet esprit, la création de projets dans d'autres pays nécessite normalement un financement préalable, lié à la recherche et à l'engagement de nouveaux donateurs et bailleurs de fonds de ce pays. La gestion de ces fonds augmentera également, tant en termes de charge de travail que de coûts. Nous discuterons de ces risques dans les unités suivantes.

Bénévoles: L'une des conséquences les plus intéressantes de l'internationalisation est la possibilité de créer un réseau entre différentes organisations de différents pays, de partager des connaissances avec elles et de découvrir les approches de notre domaine de travail. À cet égard, les volontaires jouent un rôle énorme: de nouvelles personnes d'autres pays ont la chance de s'impliquer dans l'organisation et ses objectifs sociaux, et les volontaires nouveaux et actuels de l'organisation peuvent partager une expérience internationale en apprenant à se connaître.

Photo par Cristi Tohatan sur Unsplash

Un autre aspect important de la réalisation d'un cadre international avec votre organisation est l'attractivité qu'elle gagnera pour les nouveaux volontaires: une organisation qui développe différents projets dans différents pays, avec la possibilité de s'engager dans ces projets au niveau international et de travailler avec des personnes de différents pays est incroyablement attrayant pour les nouveaux bénévoles. En outre, la reconnaissance et la visibilité que votre organisation aura lors de son passage à l'international aideront également à augmenter l'engagement des volontaires actuels et à augmenter les chances de gagner de nouvelles personnes pour l'organisation.

Groupe Cible: Chaque organisation travaille avec un groupe cible différent et a une approche unique et distinctive à son égard. Avec l'internationalisation, la possibilité d'atteindre plus de personnes pour profiter de votre travail désintéressé devient une réalité, augmentant son nombre de manière exponentielle. Partager vos connaissances et collaborer avec différents partenaires de votre environnement international offre également la possibilité de partager vos groupes cibles, et pour eux de bénéficier de ce travail collaboratif.

Une autre considération importante est qu'avec un développement adéquat de l'internationalisation s'accompagne une augmentation des fonds et des ressources, qui se traduit presque immédiatement en un travail meilleur et plus utile avec vos groupes cibles actuels (et nouveaux), quel que soit le secteur spécifique de la population. le but de votre organisation. Avec ces ressources supplémentaires, plus d'activités peuvent être menées, une amélioration de vos installations peut être réalisée, et encore plus d'activités de diffusion et de promotion peuvent être organisées.

Photo par Josh Appel sur Unsplash

Donateurs et autres bailleurs de fonds: Enfin, pour les donateurs et autres bailleurs de fonds, l'internationalisation leur apporte reconnaissance et confiance dans votre organisation. Voir comment leurs petits dons se transforment en grands projets, non seulement dans leur pays de résidence mais aussi dans d'autres, avec la collaboration de différentes organisations comme celle qu'ils soutiennent actuellement, qui partagent des objectifs et des buts communs, donne aux donateurs un sentiment de satisfaction et joie, ainsi que l'amélioration de leur engagement avec votre organisation et son objectif.

D'autre part, la diffusion de vos activités et de l'objectif de votre organisation dans d'autres pays contribue à augmenter le nombre de donateurs et de bailleurs de fonds pour vos projets, à mesure que de plus en plus de personnes apprennent à connaître votre travail et votre organisation. De plus, être une organisation internationale attire beaucoup plus de bailleurs de fonds désintéressés, qui contribueront à acquérir les ressources, les installations et le matériel nécessaires à vos activités.

RESSOURCES EXTERNES

https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3202468 – Le processus d'internationalisation des entreprises (ESP)

http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v24n1/v24n1a19.pdf - Les principales approches conceptuelles expliquant l'internationalisation des entreprises (ESP)

https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/9366/victoria%20rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y - Gérer les risques et les connaissances dans le processus d'internationalisation

http://orga.blog.unq.edu.ar/wp-content/uploads/foro_deluni/INTCI_Canals_2_Unidad_1.pdf - L'internationalisation de l'entreprise (ESP)

https://core.ac.uk/reader/86443250 - Une approche théorique à l'internationalisation des entreprises (ESP)

https://www.redalyc.org/pdf/646/64615176009.pdf - Mondialisation et développement des affaires grâce à l'internationalisation (ESP)

https://ojs.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/7625/11541 - Relation entre internationalisation et efficacité dans les organisations à but non lucratif (ESP)

Module 1

unité d'apprentissage 2

CATÉGORIE

Facteurs à l'origine des processus d'internationalisation dans les organisations bénévoles

BRÈVE DESCRIPTION

Dans cette leçon, vous verrez quelles sont les principales raisons pour lesquelles les organisations bénévoles du monde entier continuent à s'internationaliser, ainsi que différents exemples d'organisations bénévoles internationalisées.

CONTENU DE LA FORMATION

Quelles sont les principales raisons pour lesquelles les organisations bénévoles s'internationalisent?

La mondialisation a donné à de nombreuses économies la chance de prospérer, en créant des réseaux commerciaux et en fournissant les ressources nécessaires, comme une sorte d'échange entre différents pays. Cependant, cela a également créé des inégalités, car les pays sous-développés ont vu comment les pays plus riches tirent parti de leurs ressources sans obtenir des prix équitables ou développer des avantages grâce à ces opérations commerciales. Cela a conduit à une augmentation des niveaux de pauvreté dans des régions déjà pauvres du monde, affaiblissant les institutions politiques de ces pays qui, dans la plupart des cas, ne peuvent pas fournir les services de base dont leur population a besoin. C'est là que les organisations bénévoles jouent un rôle.

Comme l'ont déclaré les chercheurs Betty Plewes et Rieky Stuart, «les organisations envoient des volontaires pour participer à des programmes visant à réduire la pauvreté, à promouvoir la justice sociale et / ou à contribuer à la paix. Ils identifient des organisations partenaires souvent de la société civile, mais parfois des secteurs public et privé qui accueillent les volontaires. On insiste souvent beaucoup sur le transfert de compétences et le renforcement des capacités organisationnelles ».

Photo par Bennett Tobias sur Unplash

Module 1

Dans la leçon «Définir l'internationalisation», nous avons conclu qu'une bonne définition de ce terme pourrait être la suivante: «l'internationalisation des organisations / entreprises est le résultat de la mise en œuvre de plusieurs stratégies différentes qui prennent en compte les ressources et les capacités de la organisation / entreprise, ainsi que ses propres opportunités (et menaces) dans son contexte international, avec l'objectif de déplacer son activité, totalement ou partiellement, vers ce contexte international, générant différents types de flux (connaissances, ressources, financiers ...) entre les pays concernés ».

Si nous essayons d'étudier ce sujet, en rassemblant des articles et des informations à ce sujet, nous voyons qu'il semble être exclusivement lié au business: l'internationalisation des entreprises. Cela peut s'expliquer par le fait qu'il a été profondément analysé par des chercheurs et des professeurs du monde entier, mais uniquement en ce qui concerne l'économie, le commerce et les affaires. Le manque de ressources (qu'il s'agisse de matières premières, de clients, de marché...) et la volonté de se développer en permanence pousse de nombreuses entreprises vers l'internationalisation. Alors, pourquoi les organisations bénévoles s'y intéresseraient-elles? Quels sont leurs intérêts? Que cherchent-ils?

Photo par Nareeta Martin sur Unplash

Module 1

Les organisations bénévoles diffèrent des entreprises à la fois en termes d'intérêts et d'objectifs, car leur capacité à se développer ne dépend pas tellement des ressources internes, mais plutôt de sa capacité à créer et à maintenir des liens avec des personnes et d'autres organisations, afin d'obtenir plus de fonds et dons, améliorer ses installations et renforcer son activité. Cela fait que, comme nous l'avons fait valoir dans des inits précédents, les organisations bénévoles désireuses de s'étendre dans d'autres pays encourent des coûts élevés lors de la recherche de fonds et de nouveaux donateurs, ainsi que de la gestion de ces nouveaux fonds. Néanmoins, lorsqu'une organisation atteint un niveau d'internationalisation significatif, le réseau des donateurs qui a été créé au cours du processus, ainsi que les partenaires rencontrés, réduiront les coûts et fourniront des sources de ressources plus puissantes, améliorant ainsi sa capacité à mener son activité ou son objectif.

D'un autre côté, les organisations bénévoles recherchent de nouvelles opportunités pour apporter leur activité et être utiles. Par conséquent, devenir une organisation internationale ouvre la porte à une grande variété de régions sous-développées, qui ne disposent pas d'institutions solides fournissant les services et l'aide que ces organisations peuvent fournir. Ces organisations rechercheront les domaines qui nécessitent leur activité, ainsi que l'adéquation à un projet international à mener (bailleurs de fonds, volontaires, stabilité politique...).

Le graphique suivant montre le processus de croissance impliqué dans l'internationalisation, où chacun des cercles représente une raison de s'internationaliser:

Comme on peut voir, les organisations ont plusieurs raisons de s'internationaliser, qui sont d'ailleurs corrélées les unes aux autres. C'est un processus complexe qui implique différents acteurs et facteurs, où chaque étape renforce la suivante. La première chose qui se produit lorsqu'une organisation démarre un projet dans un autre pays est que sa visibilité et sa reconnaissance augmentent de façon exponentielle, car de nombreuses personnes apprennent à connaître l'organisation, son objectif et ses membres. Cela conduira à la création d'un nouveau réseau, basé sur des personnes de ce pays et d'autres organisations ayant des objectifs similaires ou complémentaires. Ce réseau sera la clé du succès dans le processus d'internationalisation, car il fournit l'aide et le soutien nécessaires pour surmonter les risques qu'il comporte pour une organisation.

De nouveaux donateurs et bailleurs de fonds potentiels apparaîtront grâce à ce réseau et à la visibilité acquise grâce au processus. Il s'agit d'un facteur crucial du processus, car il est nécessaire pour faire face aux coûts supplémentaires que l'internationalisation entraînera au départ pour l'organisation. La conséquence immédiate en est l'accès à plus de ressources, de meilleures installations et l'amélioration, en général, de l'efficacité de son utilisation.

Ce processus se terminera avec le développement de plus de capacités pour votre organisation afin de fournir son activité et de remplir son objectif. C'est la principale conséquence et raison pour laquelle une organisation s'internationalise: améliorer l'impact sur le groupe cible et contribuer beaucoup plus aux objectifs visés.

Pour une approche plus détaillée des raisons pour lesquelles votre organisation devrait s'internationaliser, vous pouvez consulter l'unité d'apprentissage 1. D'autre part, pour une analyse plus détaillée des avantages de l'internationalisation, ainsi que de ses risques et autres préoccupations, vous pouvez consulter l'unité d'apprentissage 3.

Photo par Capturing the human heart sur Unplash

Construire des partenariats stratégiques

Nous avons beaucoup parlé de l'établissement de partenariats et de leur importance dans le processus d'internationalisation. Mais la question est: comment construire un partenariat à partir de zéro?

Pour commencer, nous devons identifier et rechercher des partenaires potentiels pour notre projet. Nous pouvons mener une recherche locale ou utiliser des outils comme LinkedIn ou Google pour trouver qui nous recherchons: peut-être des organisations similaires, des conseillers juridiques, d'autres ONG... cela dépend de nos besoins ou de nos intérêts. Le plus important, cependant, est de faire le premier appel: contacter des partenaires potentiels et leur expliquer votre projet peut être fastidieux et difficile, mais c'est en fait le moyen le plus rapide et le plus simple de commencer à créer votre réseau. Après cela, il peut être judicieux d'organiser une réunion et de préciser ensemble les idées et les questions liées à votre projet.

Lors de la construction de partenariats, il est essentiel de prendre en compte le point de vue de votre partenaire: va-t-il bénéficier du partenariat? Est-il intéressé à participer à votre projet? Vous devez sélectionner les partenaires qui correspondent le mieux à votre organisation et au projet donné que vous démarrez dans leur pays, car ces types de partenariats dureront plus longtemps et fourniront de meilleurs résultats pour les deux organisations.

Une autre chose importante que vous devez noter est que vous allez commencer à travailler dans un partenariat, et non plus seul: cela implique des agendas, des plans de travail partagés, des délais et un engagement. De plus, un suivi de l'état du projet et du partenariat lui-même serait idéal. Un plan qualité étant la meilleure option pour ce type de projets.

Différents exemples d'organisations bénévoles internationalisées

Dans le tableau suivant, nous décrirons quelques exemples d'organisations bénévoles internationales. Ces organisations étaient à l'origine basées uniquement sur un pays, généralement où elles conservent leurs institutions de gestion et leur siège, mais sont ensuite devenues internationales, offrant actuellement à leurs volontaires des opportunités internationales et différents programmes dans plusieurs pays du monde.

VSO is a British volunteer organization. Its goal is to raise the standards of living in the poorest countries. Volunteers help educate children and adults, contribute to improving local medical care and health system and basically do their best to prevent people from living below the poverty line. The VSO is much more interested in professionals rather than in ordinary volunteers since participants will be responsible for providing qualified support and assistance to those who need it.

Service Civil International was founded by a Swiss engineer Pierre Cérésole in 1920. Nowadays Service Civil International is one of the biggest volunteer organizations in the world with 42 branches and a growing number of partner organizations. Their main goal is to promote a culture of peace by organizing volunteer projects, where people of any age and background can contribute to the world's welfare.

Service Civil International offers a variety of volunteer options, for example, short-term projects (workcamps), long-term projects as well as educational sessions. Over 1200 short-term projects can be found on the official website

Conservation Volunteers was founded in 1982 and nowadays unites different divisions all around Australia and New Zealand. Organization's main goal is to preserve a healthy and sustainable environment. In particular, a lot of attention is paid to the care of land resources, the improvement of the population, natural heritage and assistance in post-disaster reconstruction.

Global Volunteers is a respected non-profit organization, which has been engaged in human and economic development by conducting short and long-term volunteer programs. This organization has formalized a relationship with UNICEF. Over the years Global Volunteers have engaged more than 33 000 people in 34 countries by addressing such issues as poverty, hunger and the importance of education.

As many people choose to volunteer abroad during their gap year, Plan my Gap Year is tailored to fit the needs of either people leaving school, university or are in-between and are in need of academic break. Plan My Gap Year is an award-winning organisation that was found by volunteers and seeks to achieve long-term sustainable goals in collaboration with local communities. It offers programmes in eleven countries all of which range between one and twenty-four weeks.

RESSOURCES EXTERNES

http://forum-ids.org/wp-content/uploads/2012/07/Forum-2007-Future-Trends.pdf - Opportunités et défis pour la coopération internationale des volontaires.

https://www.volunteeringoptions.org/international-volunteer-organizations/ - Un grand portail sur les offres et les organisations de volontariat international.

http://personal.lse.ac.uk/lewisd/images/Volunteering%20-%20Vol%20Action%2006.pdf - Mondialisation et service international: une perspective de développement

unité d'apprentissage 3

CATÉGORIE

Avantages et risques de l'internationalisation

BRÈVE DESCRIPTION

Dans cette unité, nous couvrirons les avantages et les risques que le processus d'internationalisation apporte à une organisation. D'autre part, nous verrons ce qu'est une analyse SWOT et son but et aussi comment nous pourrions décider quels pays accompagner notre activité.

CONTENU DE LA FORMATION

Expliquer les avantages et les risques de l'internationalisation

Dans l'unité d'apprentissage 1 «Définir l'internationalisation», nous avons discuté de ce phénomène et l'avons défini comme le résultat de la mise en œuvre de plusieurs stratégies différentes qui prennent en compte les ressources et les capacités de l'organisation / entreprise donnée, ainsi que ses propres opportunités (et menaces) dans son contexte international, avec l'objectif de déplacer son activité, totalement ou partiellement, vers ce cadre international, générant différents types de flux (connaissances, ressources, financiers...) entre les pays concernés. Ou ou, en d'autres termes, devenir mondial.

La mondialisation est l'un des termes les plus importants lorsqu'on parle d'internationalisation, car elle peut être considérée à la fois comme cause et effet de l'internationalisation elle-même, et partage donc généralement la plupart de ses avantages, risques et défauts. La mondialisation a donné aux pays en développement la possibilité d'accéder aux marchés étrangers ainsi que d'importer et d'exporter des produits bon marché, renforçant le développement économique grâce à la concurrence et un marché mondial, et augmentant le flux d'informations entre les pays.

Image par Jan Vašek de Pixabay

Module 1

En se concentrant sur l'internationalisation, comme nous l'avons évoqué dans les unités précédentes, les principaux avantages peuvent être résumés comme suit: l'internationalisation aide votre organisation à gagner en visibilité à l'international, en augmentant la prise de conscience du sujet spécifique attaché par votre organisation. Cela augmente également le nombre de donateurs potentiels et leur engagement avec le but de l'organisation, son impact (atteindre plus de personnes ayant besoin de votre travail dans d'autres pays de votre environnement international) et le revenu potentiel de fonds et d'autres ressources. Il aide votre organisation à faire connaissance avec d'autres personnes ayant des objectifs similaires ou connexes (créer votre propre réseau), et ainsi accéder à des collaborations, acquérir du prestige et une reconnaissance internationale dans le processus. Sur le plan économique, il contribue à réduire les coûts et à obtenir une plus grande rentabilité de l'utilisation de ces fonds et ressources.

Cependant, l'internationalisation s'accompagne également de plusieurs risques dont il faut tenir compte pour réussir dans le processus. Concernant la stratégie organisationnelle nécessaire pour amener votre activité dans un autre pays, de nombreux risques peuvent apparaître: Premièrement, le financement prévu pour ce projet (qui, à lui seul, implique une augmentation des coûts pour votre organisation) peut être mal calculé, entraînant des dépenses insupportables. coûts imprévus. D'un autre côté, les procédures ou le mode de travail de votre organisation peuvent manquer d'adaptation à ce nouveau pays, ainsi qu'à ses politiques, lois et culture. Vous encourrez des frais supplémentaires lors de l'envoi de personnes de votre organisation vers le nouveau pays et lors de la recherche de possibilités de collaboration En général, les coûts de gestion de votre organisation augmenteront de façon exponentielle.

Concernant la gestion des projets menés dans d'autres pays, votre organisation doit être prête à supporter simultanément différentes situations dans différents pays, et les canaux de communication doivent être améliorés et utilisés régulièrement. En outre, il est essentiel de réussir à trouver des partenaires dans ce pays, à renforcer vos relations avec eux et à créer des alliances efficaces avec certains d'entre eux. Un autre aspect crucial est face aux différences culturelles, politiques et juridiques entre les pays. Les politiques fiscales peuvent varier considérablement, ainsi que la stabilité politique et économique du pays de destination. Et tout cela sans prendre en compte la barrière linguistique et culturelle.

Nous pouvons résumer toutes ces informations dans le tableau suivant, présentant dans une approche visuelle les principaux bénéfices et risques de l'internationalisation:

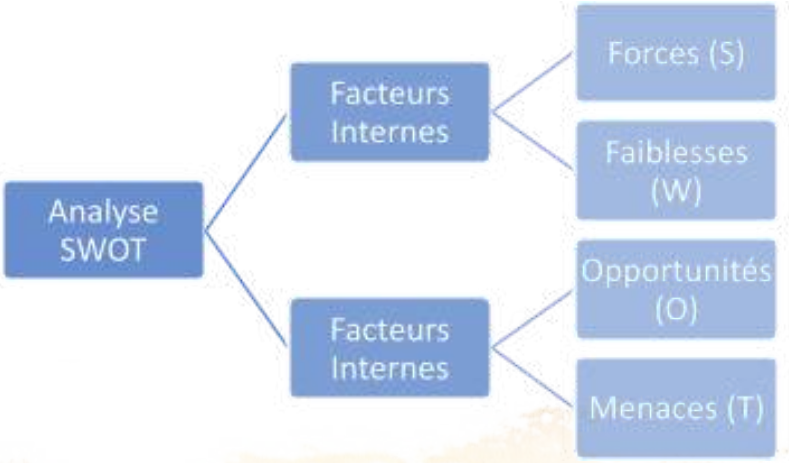
PERSPECTIVE	AVANTAGES	RISQUES
Économique	· Le nombre de donateurs potentiels et leur engagement augmente. · Augmenter le revenu potentiel des ressources et des bailleurs de fonds. · Meilleure rentabilité obtenue grâce à l'utilisation de ces ressources et fonds. · Les coûts seront réduits à long terme.	· Les coûts de votre organisation augmentent de façon exponentielle au cours du processus. · Une mauvaise prévision des fonds nécessaires au processus peut conduire à la faillite. · L'international implique des coûts supplémentaires, concernant l'éducation des personnes de votre organisation et le recrutement de nouvelles personnes (même si elles sont purement bénévoles, des coûts seront créés - installations, matériel...).
Visibilité et conscience	· Votre organisation gagnera en visibilité internationale, augmentant la conscience sociale sur le sujet spécifique attaché. · Votre organisation acquerra un prestige et une reconnaissance internationale. · Un réseau d'organisations similaires, partageant des buts et des objectifs communs, pourrait être formé.	· Trouver des partenaires dans les pays de destination n'est peut-être pas une tâche facile. · La stabilité politique et économique du pays de destination peut changer rapidement.
Gestion	· De nouvelles approches sur le même sujet pourraient être apprises d'autres organisations et partenaires. · L'étude de la situation d'autres pays pourrait contribuer à améliorer l'efficacité de vos activités, car votre méthodologie sera testée dans différents environnements.	· La charge de travail et les coûts de gestion augmenteront de façon exponentielle. · Les différences de politiques et de lois doivent être prises en compte par les équipes de direction. · Développer différents projets dans différents pays peut être une tâche difficile s'il n'est pas préparé.
L'expérience internationale	· Votre organisation et ses volontaires bénéficieront d'une expérience internationale et d'un échange de cultures et d'approches sur le même sujet. · Échange de valeurs avec d'autres personnes et cultures · Le groupe cible de votre organisation (ou son objectif) profitera d'énormes avantages de ce processus. · Rejoindre votre organisation en tant que bénévole sera plus attrayant s'il est possible de s'engager dans une expérience internationale.	· La barrière de la langue doit être prise en compte et peut être extrêmement difficile à surmonter. · Les différences culturelles et politiques peuvent également être difficiles à surmonter.

Réalisation d'une analyse SWOT

Les organisations et les PME sont quotidiennement confrontées au défi de devenir plus productives et plus efficaces, afin de tirer davantage profit de leurs ressources et d'atteindre leurs objectifs. Il devient un processus continu de création, de mise en œuvre et d'évaluation des décisions pour surmonter les problèmes, en garantissant la réalisation de ses objectifs. Ce processus s'appelle la Gestion Stratégique.

Selon les chercheurs Emet Gürel et Merba Tat, «la gestion stratégique consiste en l'analyse, les décisions et les actions entreprises par une organisation afin de créer et de maintenir des avantages concurrentiels. Le processus de gestion stratégique est un ensemble d'analyses et de choix séquentiels qui peuvent augmenter la probabilité qu'une organisation choisisse une «bonne stratégie», c'est-à-dire qui génère des avantages concurrentiels ». Chaque organisation doit concevoir une stratégie à long terme au début de son activité, définissant ses aspirations et identifiant les risques et menaces possibles qu'elle devrait essayer d'éviter au cours du processus.

Pour faire face à cela, les organisations utilisent une analyse externe et interne, ou l'analyse dite SWOT. L'analyse SWOT est un outil qui implique quatre domaines en deux dimensions. Il comporte quatre éléments: forces, faiblesses, opportunités et menaces. Les forces et les faiblesses sont des facteurs internes et attributs de l'organisation, tandis que les opportunités et les menaces sont des facteurs externes et des attributs du marché. Cela peut être facilement vu dans le graphique suivant:



Mais que signifie chaque composant du SWOT? Analysons-les:

- Forces (S): Selon les professeurs J.A. Pearce et R.B. Robinson, une force est une «ressource, une compétence ou un autre avantage par rapport aux concurrents et aux besoins des marchés qu'une organisation sert ou s'attend à desservir. C'est une compétence distinctive qui donne à l'organisation un avantage comparatif sur le marché. Des forces peuvent exister en ce qui concerne les ressources financières, l'image, le leadership du marché, les relations acheteurs / fournisseurs et d'autres facteurs ».

  En d'autres termes, les forces d'un projet, d'une organisation ou d'une entreprise sont les compétences et les valeurs spécifiques qui ont le potentiel de faire la différence sur son «marché», en lui donnant des avantages différents par rapport à ses concurrents et une utilisation efficace de ses ressources. Évidemment, quand on parle d'organisations à but non lucratif, on ne parle pas de concurrence à l'intérieur d'un «marché», mais du potentiel d'apporter quelque chose de nouveau et de nouveau à un cadre existant: une approche différente d'un problème social, une méthode innovante pour attacher cela problème, etc. En outre, les ressources financières peuvent faire une énorme différence en tant que force de votre organisation, et donc une utilisation appropriée des ressources et des fonds, associée à de bons efforts de diffusion, peut constituer l'un des principaux atouts de vos projets.

Photo par Victor Freitas sur Unsplash

- Faiblesses (W): Cette composante fonctionne principalement comme l'opposé des forces, car elle fait référence aux inconvénients et au manque de compétence d'une organisation ou d'un projet. C'est une situation où les capacités actuelles d'une organisation sont dépassées par ses concurrents, ce qui lui donne un désavantage par rapport à eux et est moins efficace et efficiente qu'eux.

  Ces aspects affectent négativement la performance organisationnelle et affaiblit l'organisation parmi ses concurrents. Par conséquent, l'organisation n'est pas en mesure de répondre à un problème ou à une opportunité possible et ne peut pas s'adapter aux changements. Il est crucial pour toute organisation de reconnaître et d'identifier ses faiblesses le plus tôt possible, afin de prévenir les problèmes et les difficultés à long terme, et de bien prévoir l'avenir de ses projets. Ni la planification ni la création de stratégies ne doivent se faire sans prendre en compte les faiblesses actuelles et futures, car elles sont aussi importantes que les forces (sinon plus!).

- Opportunités (O): Ce composant est le premier facteur externe à prendre en compte lors de l'analyse de votre contexte international / de votre marché. Une opportunité n'est rien d'autre qu'une chance de profiter d'une situation actuelle ou future spécifique, dont les caractéristiques sont favorables pour qu'une action se déroule. Cette action peut être un nouveau projet, la création d'une organisation, le développement d'une nouvelle approche à un problème spécifique, etc.

  La recherche d'opportunités dans différents pays est la clé de l'internationalisation, comme nous le verrons plus loin. Analyser la situation d'un pays et identifier les opportunités et les chances pour votre organisation d'être utile est un must avant de commencer des projets d'internationalisation, et une mauvaise prévision de celle-ci peut conduire à leur échec, ainsi qu'à des menaces.

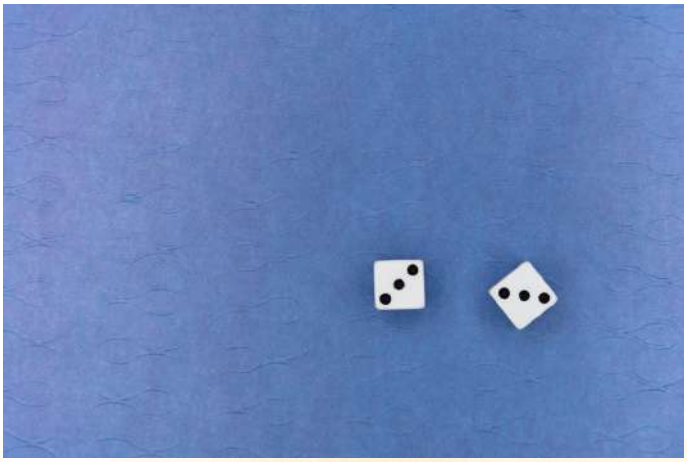


Photo par Markus Winkler sur Unsplash

- Menaces (T): Une menace est le risque qu'une situation désavantageuse se produise et affecte négativement votre projet / organisation, compliquant son chemin vers la réalisation des objectifs proposés, voire les rendant impossibles à atteindre. Lorsqu'on parle d'internationalisation, les menaces pour notre organisation vont être fortement dépendantes de chaque pays où nous décidons d'aller. C'est pourquoi les deux sujets, l'analyse SWOT et les pays, sont profondément liés les uns aux autres, comme nous le verrons plus loin.

  Afin de surmonter ces menaces, il est essentiel de garantir nos forces et de préparer notre organisation / projet à ce que ces menaces deviennent des réalités. L'internationalisation implique souvent de travailler dans des pays dangereux et instables, où les systèmes politiques, sociaux, démographiques, culturels, juridiques et économiques peuvent changer rapidement et violemment, mettant en danger nos objectifs.

Décider dans quels pays aller

Comme on peut facilement le remarquer en lisant la section précédente de cette unité, alors que les forces et les faiblesses dépendent strictement de notre organisation, les deux autres composants ne le sont pas: ni les opportunités ni les menaces ne contrôlent notre organisation, donc nos efforts ne peuvent viser à changer ces environnements (comme créer des opportunités ou lutter contre les menaces), mais à améliorer les facteurs internes fournis par l'analyse SWOT et à mener une analyse appropriée des facteurs externes, afin d'évaluer les pays les plus appropriés pour aller.

Photo par Glenn Carstens-Peters sur Unsplash

C'est pourquoi nous avons effectué l'analyse SWOT avant d'entrer dans cette section, car c'est exactement ce que nous devons faire pour décider dans quels pays aller. De toute évidence, il existe différentes approches sur ce sujet, et les caractéristiques spécifiques de votre propre organisation (et même vos propres préférences personnelles) peuvent beaucoup influencer cette décision. Cependant, effectuer une analyse SWOT (ou un type de méthode d'analyse similaire) peut vous aider à décider dans quels pays votre organisation est idéale pour mener son activité.

Comme indiqué précédemment, il y a deux facteurs à considérer ici: les opportunités et les menaces. Nous devons essayer de trouver l'équilibre parfait entre ces deux facteurs afin de trouver le pays le plus adapté à notre organisation. Évidemment, des situations parfaites peuvent ne pas exister, sans menaces et avec beaucoup d'opportunités dans un même pays, mais comparer ces deux facteurs est la clé du succès dans cette recherche.

La première chose que nous devons faire est de rechercher des Opportunités à l'extérieur de notre pays. En fonction du type d'organisation que vous gérez, de son groupe cible, de son objectif, de sa capacité financière et de ses ressources, des opportunités peuvent apparaître dans des pays que d'autres ne trouvent pas, et vice versa ??? Qu'est-ce que cette phrase veut dire???. Il est recommandé de définir d'abord vos priorités, puis de lancer votre recherche. Les opportunités peuvent apparaître sous la forme d'organisations partenaires, de groupes cibles, de compatibilité linguistique, d'aide gouvernementale, d'opportunités financières. Comme mentionné, cela dépend fortement de votre propre organisation.

Par la suite, la partie la plus cruciale est de détecter les Menaces potentielles dans cette liste de pays apparemment appropriés. Nous en avons déjà mentionné quelques-uns, mais vous devrez rechercher la stabilité économique, politique et sociale, un groupe cible prêt à s'impliquer dans votre projet, l'accès aux ressources, la capacité financière et un plan de diffusion bien conçu. Cela dépend, encore une fois, fortement de votre propre organisation. Mais cette analyse est encore plus complexe que la précédente, car vous devrez prendre en compte l'existence de risques inévitables et prédire à long terme la possibilité et l'impact qu'ils pourraient avoir sur votre projet.

RESSOURCES EXTERNES

http://sosyalarastirmalar.com/cilt10/sayi51_pdf/6iksisat_kamu_isletme/gurel_emet.pdf - Article intéressant concernant l'analyse SWOT.

https://www.forbes.com/sites/mikecollins/2015/05/06/the-pros-and-cons-of-globalization/#3f400c61ccce - Les avantages et les inconvénients de la mondialisation

https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8R2177Z - Avantages et risques de la mondialisation: défis pour les pays en développement

https://www.bis.org/repofficepubl/arpresearch200903.07.pdf - Gérer les avantages et les coûts de l'internationalisation: l'exemple du won coréen

https://zicklin.baruch.cuny.edu/wp-content/uploads/sites/10/2018/12/Paper-Series-November-2018-11-13-18.pdf - L'internationalisation du secteur sans but lucratif

Module 1

unité d'apprentissage 4

CATÉGORIE

Stratégies d'internationalisation

BRÈVE DESCRIPTION

Dans cette leçon, trois stratégies d'internationalisation différentes seront présentées et étudiées: stratégie multidomestique; stratégie globale; et stratégie transnationale.

CONTENU DE LA FORMATION

Il existe plusieurs stratégies différentes qu'une organisation peut suivre dans son processus d'internationalisation. Ces stratégies sont des approches différentes de l'internationalisation de son activité, et chaque organisation doit décider laquelle correspond le mieux à ses intérêts, à son but et à ses objectifs avec le processus. Nous présenterons les trois principales stratégies que les entreprises et les organisations suivent lorsqu'elles se lancent à l'international. Il faut remarquer qu'il ne s'agit pas de catégories fermées, car chaque organisation finira par suivre sa propre stratégie particulière, qui ne rentre peut-être pas complètement dans aucune de ces stratégies, mais c'est un mélange de certaines d'entre elles. Checkons-les!

Stratégie multidomestique

La stratégie multidomestique est une approche de l'internationalisation qui concentre les efforts de l'organisation, ainsi que l'utilisation de ses ressources, sur les nécessités locales de chaque zone spécifique séparément, au lieu d'adopter une approche globale ou standardisée. Cela signifie que l'organisation étudie les besoins spécifiques de cette zone / région / ville / pays et crée un projet en conséquence, en tenant également compte de ses facteurs culturels et sociaux. Avec cette approche, l'organisation fait un grand effort pour adapter son activité à ces nécessités et essaie de faire participer les habitants au lieu d'un public plus large.

Pour qu'une stratégie multidomestique réussisse, il est essentiel d'investir des ressources dans la recherche locale, ce qui contribue à une augmentation précoce des coûts. Néanmoins, cette approche fournira des informations incroyablement précieuses sur les nécessités de cette zone spécifique, ce qui offre la possibilité d'atteindre de grands niveaux de réalisation dans le but de votre organisation et du projet spécifique mené dans cette zone. Néanmoins, l'efficacité sur l'utilisation des ressources sera sacrifiée, faisant de cette stratégie la plus coûteuse à gérer.

Module 1

Photo par Robert Collins sur Unsplash

En prenant le temps d'apprendre à se connecter avec la population locale et ses nécessités, il est possible d'utiliser la stratégie multidomestique pour créer un large éventail de tactiques pouvant être adaptées pour s'adapter à des zones et des régions qui partagent de nombreuses similitudes. Les principaux défauts de l'adoption de cette stratégie sont les coûts énormes de recherche qui doivent être menés au début du projet d'internationalisation. De plus, rien ne garantit que cette recherche fournira des résultats positifs, car votre activité peut ne pas répondre aux besoins de cette zone spécifique, et tous les efforts et ressources consacrés à la recherche seraient «gaspillés». Néanmoins, ces coûts seraient inférieurs à ceux du démarrage d'un processus d'internationalisation sans cette recherche antérieure et échoueraient en conséquence.

Cette stratégie convient le mieux aux petites organisations qui souhaitent étendre leur activité dans un ou peut-être seulement quelques pays, sans avoir besoin de beaucoup de capacités en matière de ressources ou de finances.

Stratégie globale

Cette stratégie est tout le contraire d'une stratégie multidomestique. Il sacrifie la réactivité aux exigences locales dans chacune de ses zones et régions au profit de la mise en valeur de l'efficacité. Cela ne signifie pas que des modifications ou adaptations mineures de l'activité seront apportées à ces zones / régions / pays, mais en termes généraux une stratégie globale sera adoptée, et les décisions de gestion seront prises selon des objectifs globaux, sans prendre en compte les nécessités locales. .

Comme indiqué précédemment, cette stratégie vise à atteindre les plus hauts niveaux d'efficacité possible dans l'utilisation des ressources et des finances, en supprimant les coûts de recherche et en adaptant l'activité aux besoins de zones spécifiques du monde. Cela réduit la complexité de la gestion de l'organisation, mais crée également beaucoup plus de risques: le manque d'adaptation aux nécessités locales réduit les possibilités de réaction face aux événements sur ces zones, ainsi que l'utilité de l'activité et du service fournis par votre organisation.

Photo par Martin Sanchez sur Unsplash

Lorsque nous concluons que cette stratégie est plus facile à gérer que d'autres, nous n'affirmons pas que c'est une tâche facile du tout: prendre des décisions globales et gérer une organisation répartie dans plusieurs pays sans beaucoup d'informations sur chacun de ces projets est vraiment complexe. Un suivi et une analyse globaux de la situation de l'organisation sont obligatoires.

Cette stratégie s'adapte au mieux aux grandes organisations qui souhaitent étendre leur activité à l'échelle mondiale, dans des dizaines de pays, et ayant déjà la capacité de le faire (un bon réseau de donateurs et de financeurs, des installations, un accès aux ressources...)

Stratégie transnationale

Cette stratégie est un juste milieu entre une stratégie multidomestique et une stratégie globale, essayant d'équilibrer l'efficacité avec l'adaptation aux nécessités locales dans plusieurs zones, régions ou pays. Il tire parti de la mondialisation et essaie de travailler au niveau mondial, mais en même temps n'oublie pas les nécessités locales, essayant de se renseigner sur les différents environnements et cultures, afin d'adapter son activité à ces zones, régions et pays pour que ce soit utile pour les habitants.

Le niveau d'approche nationale par rapport à l'approche globale dans cette stratégie dépend de chaque organisation et de son propre objectif. Certaines organisations adopteront une stratégie plus domestique, faisant de la recherche et essayant d'aider avec les nécessités locales, mais avec des aspects mondiaux comme un processus de prise de décision global ou un certain niveau de sacrifice sur l'adaptation ??? Qu'est-ce que ça veut dire?? pour économiser sur les ressources. Ou, d'un autre côté, d'autres organisations suivront une stratégie globale, en essayant de réduire les coûts et de gérer les décisions à l'échelle mondiale, mais en effectuant ensuite un suivi de la mise en œuvre locale de leur activité, et en y apportant des changements et des adaptations afin de la faire utile pour les habitants et leurs besoins. Compte tenu de ces facteurs, une stratégie transnationale peut être difficile à gérer, car suivre les besoins locaux et mondiaux peut être très stressant et coûteux pour une organisation. Un juste équilibre entre efficacité et adaptation est la clé du succès de cette stratégie.

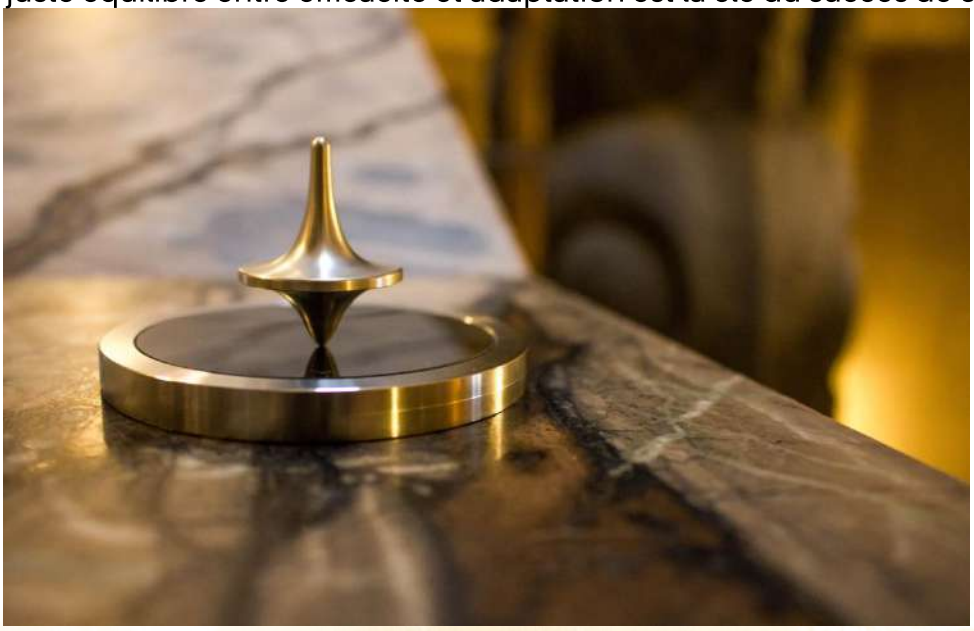
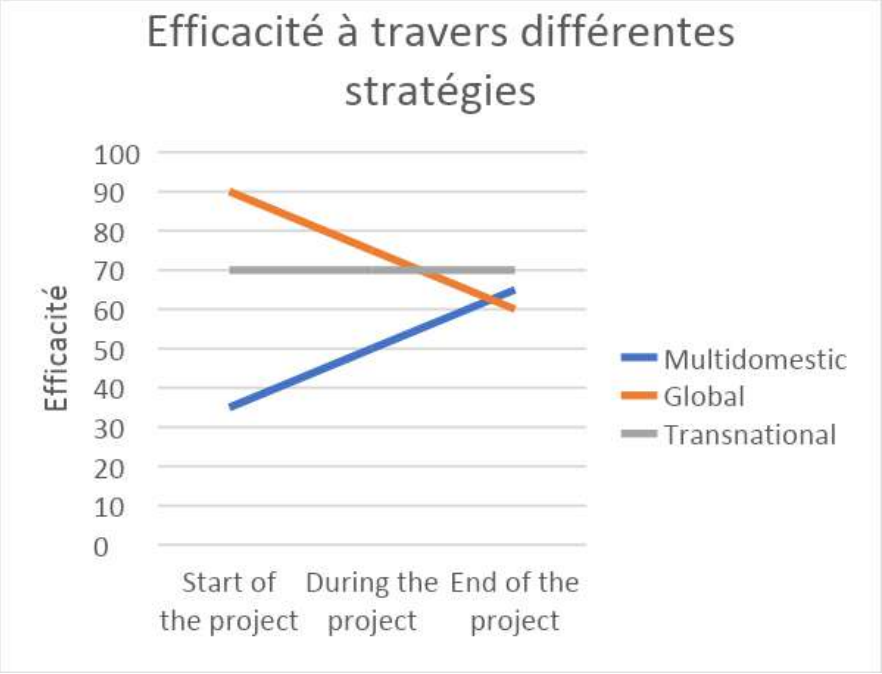


Photo par Ash from Modern Afflatus sur Unsplash

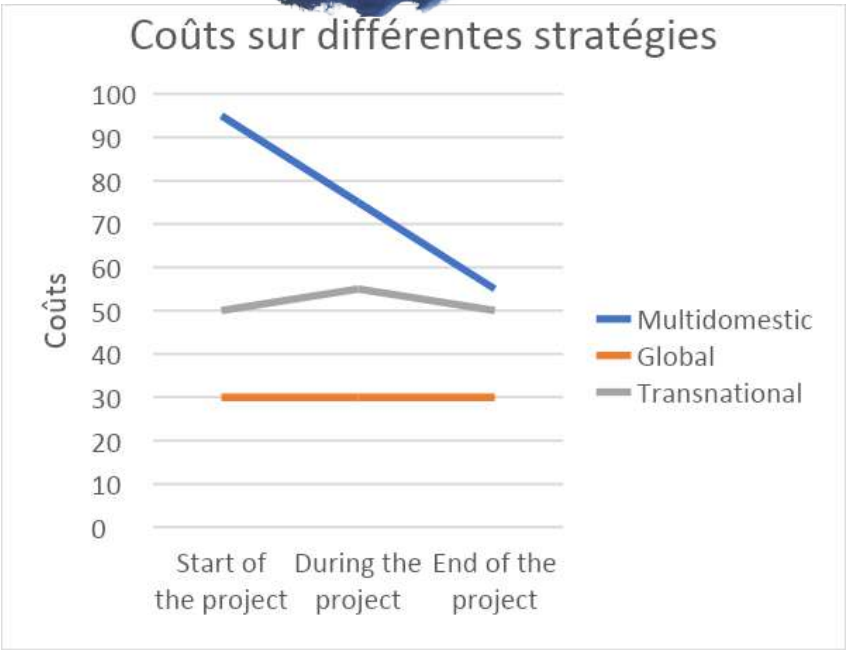
Cette stratégie est hautement adaptable à l'approche de chaque organisation, elle s'adapte donc à tout type d'organisation avec une capacité minimale à se répandre à l'échelle mondiale, mais aussi à travailler sur les besoins locaux.

Analyse comparative

Dans les graphiques suivants, nous sommes en mesure d'analyser plusieurs facteurs et leur impact respectif concernant les trois stratégies différentes que nous venons d'étudier. L'axe X correspond au temps et l'axe Y au niveau de chaque aspect analysé.



Dans le graphique «Efficacité à travers différentes stratégies», plusieurs conclusions peuvent être extraites. Alors que le pourcentage d'efficacité atteint avec une stratégie globale commence par le haut, il diminue constamment en raison du manque d'adaptation et de mesures correctives concernant les nécessités locales. Cela ne se traduit pas par une augmentation progressive des coûts, mais par un manque d'utilité des ressources utilisées pour ce projet. En revanche, une stratégie multidomestique est considérablement plus coûteuse au début du projet d'internationalisation, mais elle devient finalement plus efficace, car l'adaptation aux nécessités locales permet de parvenir à une meilleure utilisation des ressources données. Enfin, une stratégie transnationale doit viser à maintenir un bon niveau d'efficacité sans sacrifier trop d'adaptation aux nécessités locales.



Dans le graphique «Coûts sur différentes stratégies», nous pouvons clairement voir l'énorme augmentation des coûts qu'une stratégie Multidomestique apporte au processus d'internationalisation à ses débuts. En revanche, une stratégie transnationale reste moins chère à chaque état du projet, avec peu de fluctuations concernant les adaptations et les chercheurs, tandis qu'une stratégie globale coûte beaucoup moins cher pendant tout le processus.

RESSOURCES EXTERNES

https://www.globalnegotiator.com/international-trade/dictionary/multidomestic-strategy/ - Qu'est-ce qu'une stratégie multidomestique?

https://smallbusiness.chron.com/differences-between-multidomestic-transnational-company-33807.html - Différences entre une entreprise multidomestique et transnationale

https://study.com/academy/lesson/multidomestic-strategy-definition-examples.html - Stratégie multidomestique: définition et exemples

https://opentextbc.ca/strategicmanagement/chapter/types-of-international-strategies/ - Types de stratégies internationales

https://www.prucommercialre.com/que-es-una-estrategia-multidomestica/ - Stratégie multidomestique (ESP)

QUIZ

Quiz

Try your best

Module 2

unité d'apprentissage 1

CATÉGORIE

Diffusion et exploitation des résultats

BRÈVE DESCRIPTION

La diffusion et l'exploitation des résultats sont des activités essentielles dans les projets financés par des subventions européennes. Vous trouverez ici les principaux points à prendre en compte lors de la planification et du partage des résultats de vos projets internationaux et de volontariat. Vous pourrez également trouver des liens vers d'autres documents de lecture et audiovisuels sur le sujet. Une fois que vous êtes prêt, quelques questions de quiz et des exercices pratiques vous aideront à confirmer vos connaissances!

CONTENU DE LA FORMATION

1. Quiz d'Introduction

a. vrai-**faux**

Technical language and jargon used in dissemination activities shows a high level of quality in project management.

○ True ○ False

Check

b. glisser & déposer

Il est très important de définir la stratégie de communication et de diffusion dès le début et d'impliquer tous les partenaires du projet, leurs différentes sphères d'influence et leurs réseaux afin d'atteindre le public cible le plus large et le plus varié possible.

c. Choix unique

La diffusion et les activités doivent être menées:

1. uniquement en anglais car c'est une langue parlée par de nombreuses personnes.
2. uniquement dans les langues des partenaires du projet.
3. Dans autant de langues que possible.

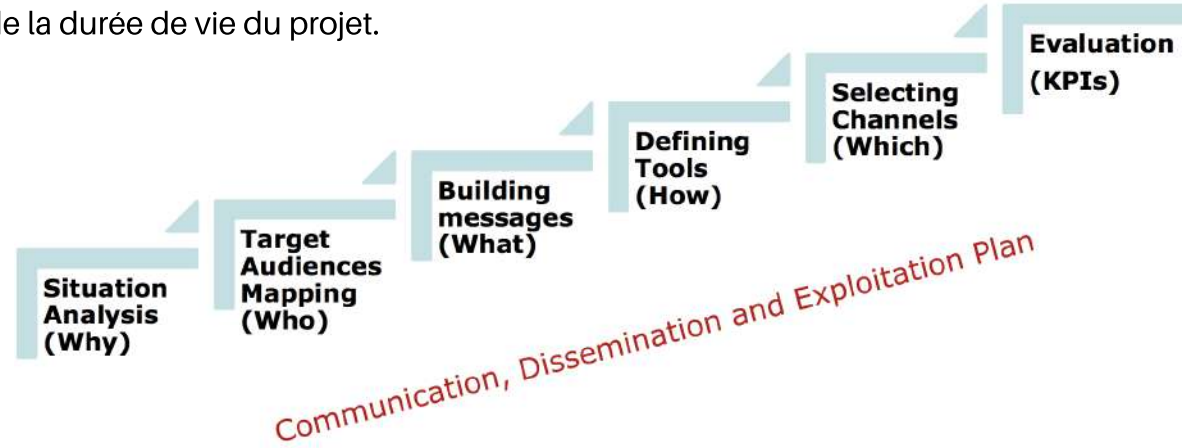
2. Que signifient la diffusion et l'exploitation?

La **diffusion** fait référence à un processus de partage des résultats des initiatives avec des utilisateurs potentiels et des acteurs clés (par exemple, des volontaires, des organisations impliquant des volontaires, des apprenants adultes, des formateurs). Cela signifie faire connaître le plus possible les succès et les résultats du projet. Au début du projet, un plan de diffusion est conçu pour qu'il y ait une meilleure chance que les résultats soient partagés avec succès. Le plan de diffusion doit proposer des réponses aux questions suivantes: pourquoi, quoi, comment, quand, à qui et où la diffusion des résultats aura lieu. Il devrait inclure des actions en ligne et hors ligne pendant et après la période de financement.

L'exploitation fait référence à un processus planifié de:

(a) transférer les résultats positifs des programmes et initiatives aux décideurs et autres parties prenantes clés (par exemple, les organisations de volontaires, les centres de volontariat, les organisations de la société civile, les plates-formes régionales et nationales pour le volontariat, les prestataires d'éducation et de formation, les municipalités, les les gouvernements nationaux (b) convaincre les utilisateurs finaux individuels d'adopter et / ou d'appliquer les résultats des programmes et des initiatives.

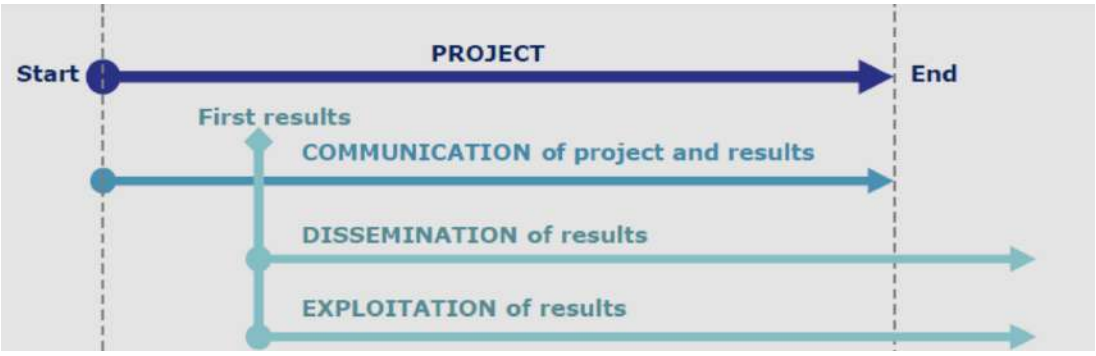
Cela signifie maximiser le potentiel des activités financées, afin que les résultats soient utilisés au-delà de la durée de vie du projet.



Source:
https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/coordinators_day_communication_dissemination_exploitation.pdf

Quelle est la différence entre la communication et la diffusion?

La communication est un concept plus large. Il comprend toutes les informations, les activités de promotion et les actions de visibilité sur un projet / initiative donné. La diffusion et l'exploitation des résultats du projet commencent dès qu'ils sont disponibles, tandis que la communication sur les projets devrait commencer une fois la proposition de projet approuvée. Il est très important de définir la stratégie de communication et de diffusion dès le début et d'impliquer tous les partenaires et leurs différentes sphères d'influence et réseaux afin d'atteindre le public cible le plus large et le plus varié possible!



Source: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/coordinators_day_communication_dissemination_exploitation.pdf

3. Buts, objectifs, planification, partage des résultats!

Un plan de diffusion et d'exploitation de bonne qualité devrait inclure:

- des objectifs mesurables et réalistes,
- un calendrier détaillé,
- une planification des ressources pour les activités à réaliser,
- Impliquer des groupes cibles appropriés (par exemple, les volontaires et leurs organisations, les centres de volontariat, les prestataires d'éducation et de formation)

Les objectifs de diffusion et d'exploitation peuvent être les suivants:

- sensibiliser,
- étendre l'impact,
- impliquer les parties prenantes et les groupes cibles,
- partager des solutions et savoir-faire,
- influencer la politique et la pratique,
- développer des nouveaux partenariats.

Les organisations participantes devraient:

- Discuter des buts et objectifs des activités / plan de diffusion et d'exploitation,
- Décider des meilleures activités et approches,
- Partager les tâches entre les partenaires en tenant compte des spécificités du projet et des profils de chaque partenaire,
- Convenir d'objectifs et de délais réalistes avec les partenaires pour suivre les progrès,
- Offrir une flexibilité suffisante pour répondre aux besoins du groupe cible ainsi qu'aux évolutions plus larges des politiques et des pratiques,
- Inclure l'utilisation des canaux et réseaux de communication existants dans le plan.

Quels sont les résultats du projet?

Les projets impliquant des bénévoles ou gérés par des bénévoles peuvent avoir des résultats très divers. Une distinction entre les résultats tangibles et intangibles peut être faite.

Les résultats tangibles sont des produits concrets et peuvent inclure, par exemple:

- Une approche ou un modèle pour résoudre un problème,
- Un outil ou produit pratique, comme des manuels, des programmes, des outils d'apprentissage en ligne,
- Rapports de recherche ou études,
- Guides de bonnes pratiques ou études de cas,
- Rapports d'évaluation,
- Certificats de reconnaissance et de validation,
- Des newsletters ou des brochures d'information.

Les résultats intangibles peuvent faire référence à de nouvelles aptitudes, compétences, expériences et peuvent inclure par exemple:

- Les connaissances et l'expérience acquises par les volontaires et les bénéficiaires, les apprenants ou le personnel,
- Compétences ou réalisations accrues,
- Une meilleure prise de conscience culturelle,
- Meilleures compétences linguistiques.

Les résultats intangibles sont plus difficiles à mesurer. L'utilisation d'entretiens, de questionnaires, de tests, d'observations ou de mécanismes d'auto-évaluation peut aider à les enregistrer.

NB: Le type et l'intensité des activités de diffusion et d'exploitation devraient être proportionnelles et adaptées aux besoins particuliers et au type de projet. Les activités de diffusion et d'exploitation peuvent créer de nouvelles opportunités pour étendre le projet et ses résultats ou développer de nouveaux partenariats pour l'avenir, peuvent conduire à une reconnaissance externe du travail effectué et permettre et inspirer d'autres personnes à bénéficier des activités et des expériences des programmes européens .

La diffusion et l'exploitation des résultats des projets peuvent contribuer à éclairer les politiques et pratiques futures. Les buts et objectifs du plan de diffusion et d'exploitation doivent être liés aux objectifs du projet afin de garantir que les méthodes et approches utilisées sont appropriées pour le projet et ses résultats, ainsi que pour les publics cibles identifiés (voir la section suivante).

4. Public cible et comment les atteindre

Toute stratégie de diffusion et d'exploitation doit identifier des groupes cibles pour ses messages. Les groupes cibles peuvent être des décideurs aux niveaux local, régional, national et européen. Il peut s'agir de bénévoles, de gestionnaires de bénévoles, de membres du personnel de différentes institutions - musées, hôpitaux, écoles, autorités locales, autres organisations impliquant des bénévoles, réseaux, prestataires d'éducation et de formation, chercheurs, presse et médias, etc. Les activités et les messages doivent être adaptés à chaque public.

Quelques conseils!

- Traduire autant de supports de communication et de résultats de projet dans autant de langues que possible. Couvrir toutes les langues se trouvant dans le partenariat et l'anglais;
- Lier le sujet du projet aux préoccupations actuelles de la société
- Évitez le langage et le jargon technique
- Tirez parti des moyens visuels et interactifs d'envoyer votre message
- Utiliser les médias sociaux en fonction des besoins et de la capacité du projet

Quels outils utiliser?

- Le Erasmus+ Project Results Platform,
- sites Web de projet ou d'organisation,
- des réunions et des visites aux principales parties prenantes,
- séances d'information, ateliers, séminaires (en ligne), cours de formation, expositions, démonstrations ou évaluations par les pairs,
- rapports, articles de presse spécialisée, newsletters, communiqués de presse, dépliants ou brochures,
- médias audiovisuels: radio, télévision, YouTube, Flickr, clips vidéo, podcasts ou applications,
- les canaux de médias sociaux,
- événements publics, (spécifiquement prévus pour le projet ou d'autres existant à d'autres fins qui peuvent également être utilisés)
- la marque et les logos du projet,
- contacts et réseaux existants.

5. Impact! La stratégie a-t-elle été couronnée de succès?

Des indicateurs pourraient être utilisés pour mesurer les progrès vers les objectifs. Ce sont des signes qui aident à mesurer les performances. Les indicateurs peuvent être à la fois quantitatifs relatifs aux nombres et pourcentages ainsi que qualitatifs relatifs à la qualité de la participation et de l'expérience.

Des questionnaires, entretiens, observations et évaluations pourraient également être utilisés pour mesurer l'impact. La définition des indicateurs relatifs aux différentes activités du projet doit se faire au début du projet et faire partie du plan global de diffusion.

Par exemple:

- Faits et chiffres relatifs au site Internet des organisateurs des projets (mises à jour, visites, consultations, références croisées),
- Nombre de réunions avec les principales parties prenantes,
- Nombre de participants impliqués dans des discussions et des séances d'information (ateliers, séminaires, évaluation des pairs),
- Production et circulation des produits,
- Couverture médiatique (articles dans des newsletters de presse spécialisées, communiqués de presse, interviews, etc.),
- Visibilité sur les réseaux sociaux et attractivité du site web,
- Participation à des événements publics,
- Liens avec les réseaux existants et les partenaires transnationaux; transfert d'informations et de savoir-faire,
- Impact sur les mesures politiques régionales, nationales et européennes,
- Commentaires des utilisateurs finaux, des autres parties prenantes, des pairs, des décideurs politiques.

RESSOURCES EXTERNES

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/programme-guide/annexes/annex-ii_en Erasmus +, Guide du programme, Annexe II - Diffusion et exploitation des résultats

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/erasmus-project-results-platform-tutorial-video_en Tutoriel vidéo sur la plateforme de résultats de projets Erasmus +

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/resources/documents/erasmus-project-results-platform-explained_en- Explication de la plateforme de résultats du projet Erasmus +.

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-results/impact-and-dissemination-toolkit_en la boîte à outils Erasmus + sur l'impact et la diffusion des projets.

https://ec.europa.eu/easme/sites/easme-site/files/howtocommunicateyourproject_vertical.pdf - slide- comment communiquer votre projet

https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/coordinators_day_communication_dissemination_exploitation.pdf présentation «Communication, diffusion et exploitation» Maria Jose Amaral, Agence exécutive de recherche de la CE.

QUIZ

QUIZ

Test your knowledge

Module 3

unité d'apprentissage 1

CATÉGORIE

Communication interculturelle dans le travail transnational

COURTE DESCRIPTION

La culture est "la manière dont un groupe de personnes résout les problèmes" - Fons Trompenaars

En esta unidad se ofrecen tres definiciones del término "cultura" en el contexto del voluntariado. En la unidad se mostrará cómo puede verse la cultura e introducirá el concepto de "dimensiones culturales" que representan los elementos centrales de las culturas. Las dimensiones culturales estarán relacionadas con el trabajo de voluntariado y se explorará dónde se muestran las dimensiones culturales y cómo pueden detectarse en el trabajo de voluntariado.

En tant que bénévole ou organisation de bénévoles sur le point de travailler à l'échelle internationale, vous pouvez rencontrer des situations difficiles lorsque vous travaillez avec des personnes d'autres cultures. La manière de communiquer peut vous sembler "étrange", ou la façon dont vos partenaires internationaux abordent les tâches peut être différente. Ce module sur la communication interculturelle vous aidera à résoudre les problèmes que vous pouvez rencontrer en tenant compte du contexte culturel de vos homologues.

Bild von Gordon Johnson auf Pixabay

Résultats d'apprentissage

Le module sur la communication interculturelle dans le travail transnational couvre quatre sujets principaux.

Le premier thème porte sur la "culture". Dans cette unité, vous découvrirez trois définitions du terme "culture" en relation avec le contexte du volontariat. L'unité vous aidera à comprendre comment la culture peut être visualisée et vous présentera les concepts de "dimensions culturelles" qui représentent les éléments fondamentaux des cultures. Vous examinerez de plus près comment les dimensions culturelles sont liées au travail bénévole et vous explorerez où les dimensions culturelles apparaissent et comment elles peuvent être détectées dans le travail bénévole.

Module 3

Le deuxième thème porte sur la "Communication interculturelle". Cette unité vous présentera le concept de "Communication Interculturelle" en abordant une définition dans la première section de cette unité. Vous découvrirez certains défis sur le plan verbal, non verbal et des valeurs lorsque vous interagissez avec des personnes d'autres cultures. Dans la deuxième section "Compétences en communication transnationale", vous découvrirez des compétences utiles autres que la pratique des langues étrangères pour une communication transnationale efficace. Vous comprendrez l'importance fondamentale de la conscience interculturelle qui permet de réagir aux besoins spécifiques de la situation de communication interculturelle.

Le troisième thème porte sur la "Gestion des conflits interculturels". Cette unité vous présentera certains éléments difficiles de la communication interculturelle. Vous apprendrez quelles peuvent être les raisons d'une mauvaise communication et vous analyserez les différentes approches des cultures en matière de stratégies de conflit. Vous recevrez également des conseils utiles sur la manière de prévenir les conflits.

Le quatrième thème porte sur la création d'une "image interculturelle" pour votre organisation. Cette unité vous montrera pourquoi il est important de travailler sur l'image d'une organisation, même dans le secteur à but non lucratif. Elle vous présentera les raisons pour lesquelles il est utile de prendre en compte les aspects culturels lorsque l'on travaille sur l'image d'une organisation. Vous découvrirez certains aspects particuliers liés à la culture que vous devriez prendre en compte sur la voie de l'internationalisation.

La durée du module est estimée à 12 heures.

CONTENU DE LA FORMATION

Qu'est-ce que la culture?

Ces derniers temps, les mots « culture » et « communication interculturelle » sont utilisés de plus en plus fréquemment. Nous semblons tous savoir ce que signifie la « culture » lorsque nous vivons de nouvelles rencontres avec des gens d'autres pays, nations ou groupes ethniques. En outre, voyager dans d'autres pays et se connecter à des personnes d'autres pays via les médias sociaux semblent être devenus une nouvelle normalité pour nous tous qui rend la « communication interculturelle » semble facile.

Mais si quelqu'un vous demande de définir le concept de « culture » pourriez-vous donner une définition précise? Et pourriez-vous dire quels éléments peuvent être pertinents dans une rencontre interculturelle?

Il existe de nombreuses définitions de la culture. Dès 1952, Kroeber et Kluckhohn comptaient over 150 définitions du terme « ultur » (Kroeber et Kluckhohn, 1952, p. 291). Voici quelques-uns des plus populaires.

La culture est...

- ... la partie humaine de l'environnement (Harry Triandis, 2002)
- ... Une programmation collective de l'esprit (Geert Hofstede, 2009),
- ... la façon dont un groupe de personnes résolvent les problèmes (Fons Trompenaars, 1997)

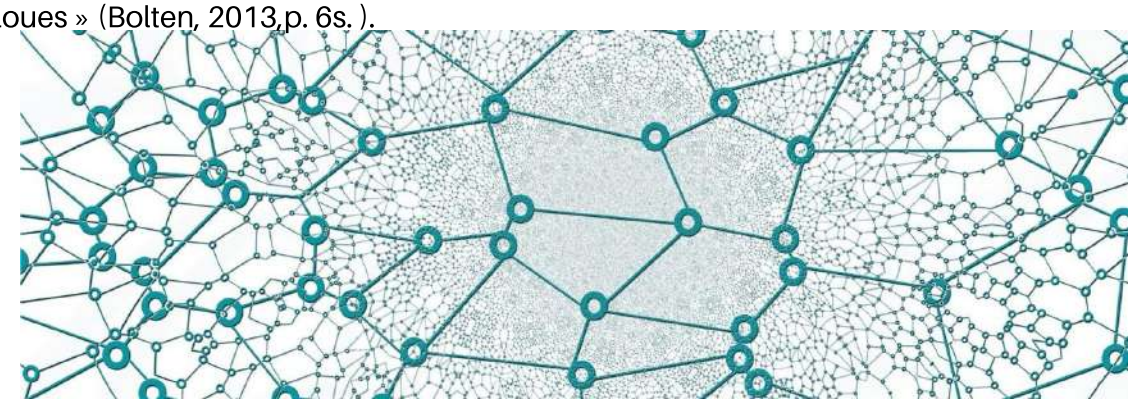
Une définition, largement acceptée aujourd'hui, comprend la culture comme un «système d'orientation» (Thomas, 2010, p. 19),qui «nous permet de trouver un sens dans les choses, les personnes et les objets qui nous entourent, ainsi que dans les processus complexes et les conséquences de notre comportement » (Thomas, 2010, p. 20) . Ce système d'orientation est typique d'une nation, d'une société, d'une organisation ou d'un groupe spécifique. Le système définit et influence notre perception, notre pensée, nos valeurs et nos actions. Le système est basé sur des symboles spécifiques (langage, gestes, code vestimentaire, conventions d'accueil, etc.) et se transmet de génération en génération, créant un sentiment d'identité de groupe et donnant un sens à ce que nous voyons, percevons et faisons. Le système d'orientation nous fournit des motivateurs comportementaux et des opportunités, mais il fixe également des « conditions et des limites » à notre comportement (Thomas, 2010, p. 19).

Nous pourrions dire que ce système d'orientation est notre propre GPS qui nous aide à trouver intuitivement notre chemin à travers le monde. Pour vous en tant que bénévole ou membre d'une organisation bénévole, il peut être utile d'avoir à l'esprit que la culture en tant que système d'orientation fonctionne souvent sur une base subconsciente. Nous ne sommes souvent pas conscients que la culture nous mène dans nos perceptions et nos jugements. En fait, nous ne pouvons pas éviter de percevoir le monde qui nous entoure à travers nos propres « lunettes culturelles », cela signifie de notre propre point de vue. Surtout lorsque vous travaillez à l'échelle internationale, il est important de développer la conscience culturelle et la sensibilité afin d'éviter de tomber dans les pièges des préjugés, des stéréotypes et des hypothèses.

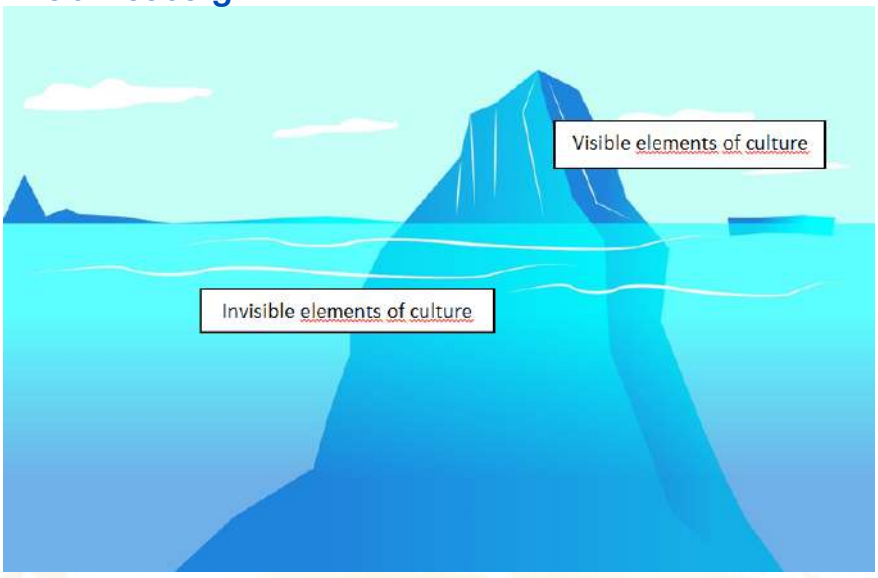
Il suffit de prendre une minute pour réfléchir : Imaginez ce qui se passerait si vous pensiez que les gens de l'Europe du Sud (Méditerranée) sont bavards, ne tiennent pas à des accords, mais sont amicaux. Est-ce qu'un de ces attributs seraient suffisants pour vous donner envie de développer un projet international avec eux? Peut-être pas.

Comprendre la culture et ses éléments fondamentaux est un premier pas vers le développement de la conscience culturelle et de la sensibilité. Le concept de la culture comme un système d'orientation est toujours un revenant a l'idée développée au 18èmeth siècle - aussi grâce au travail de Johann Gottfried Herder (1744 - 1803) Idées sur la philosophie de l'histoire de l'humanité - que les cultures sont définies, entités homogènes chacune avec une identité ethnique commune (Löchte, 2005,p. 29f.; Straub et coll., 2007, p. 13). Pour Herder, les cultures se limitaient à un certain territoire et les contacts culturels n'étaient pas pris en compte. Cependant aujourd'hui l'idée de lier une nation à une culture semble plutôt irréaliste (Welsch, 1999, p. 195).

En fait, en pensant aux bénévoles et aux organisations bénévoles qui veulent s'internationaliser, parler de cultures homogènes peut sembler un anachronisme (voir aussi Welsch, 1999, p. 195), en particulier dans notre monde globalisé. Au cours des dernières années, il y a eu une tendance à percevoir la « culture » comme modifiable et interdépendante et comme quelque chose qui ne peut pas être clairement distingué d'un autre. C'est pourquoi certains chercheurs pensent que l'une des caractéristiques de ces sociétés modernes est une forte orientation vers les processus et le réseautage (Bolten, 2013, p. 5). La « culture » en ce sens est devenue un réseau de relations réciproques entre les gens. Les gens sont membres de plus d'un seul groupe, c'est-à-dire que les gens participent à plus d'une culture de groupe. C'est pourquoi ils apportent constamment des éléments différents des autres cultures de groupe dans chaque nouveau groupe avec lequels ils sont en contact. Le résultat de ce processus est une structure hétérogène en constante évolution, comme nous pouvons l'observer dans les sociétés modernes. Il est difficile de dire ce qui fait partie de notre propre culture et ce qui ne l'est pas. C'est pourquoi certains disent que les cultures sont « floues » (Bolten, 2013,p. 6s.).



La culture est comme un iceberg



https://pixabay.com/de/illustrations/eisberg-wasser-blau-ozean-eis-1421411/

Module 3

Une façon facile de représenter la culture est d'imaginer que la culture est comme un iceberg avec une pointe visible et une partie invisible sous la surface de l'eau. La pointe visible correspond aux domaines de la culture que nous pouvons voir dans le sens physique comme l'architecture, la mode, la nourriture, les gestes, les pratiques de dévotion et bien plus encore.

Aucun des éléments visibles ne peut jamais avoir un réel sens sans comprendre les pilotes derrière eux. Ce sont ces éléments invisibles, souvent inconscients, liés à la partie inférieure de l'iceberg qui sont les causes sous-jacentes de ce qui se voit sur la partie visible. Ainsi, lorsque l'on pense à la culture, la partie inférieure de l'iceberg comprendra des éléments tels que les croyances religieuses, les règles de relations, l'approche de la famille, les motivations, la tolérance au changement, les attitudes à l'égard des règles, les styles de communication, le confort avec le risque, la différence entre le public et le privé, les différences entre les sexes et plus encore.

Lorsque des conflits interculturels surviennent, les gens se disputent souvent sur la représentation visible des éléments culturels (Pourquoi les femmes musulmanes portent-elles le foulard ? Est-il juste d'avoir une croix chrétienne dans une salle de classe à l'école?) – n'étant pas conscients du fait que, dans la plupart des cas, les valeurs et les attitudes qui sous-tendent sont les véritables causes du conflit.

La culture et ses éléments fondamentaux

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir : Imaginez un instant comment votre organisation bénévole prend des décisions importantes. Vous sentez-vous impliqué dans le processus ?

Selon les antécédents culturels de votre organisation, vous avez peut-être répondu oui ou non. Cela dépend de certains éléments comme la compréhension de la hiérarchie et la manifestation du pouvoir de votre organisation, par exemple. Les deux sont des éléments pertinents du style de leadership de votre organisation.

Il existe différents outils qui aident à observer, comprendre et comparer les éléments de la culture. Ils fournissent une base de réflexion sur un comportement qui peut nous sembler étrange.

Pour ceux qui travaillent dans le contexte du bénévolat, les dimensions dites culturelles sont une base de réflexion appropriée lorsqu'il s'agit de travailler dans des contextes internationaux. Les dimensions culturelles sont basées sur l'hypothèse qu'il existe des catégories universelles de comportement humain communes à toutes les cultures, mais dont les cultures montrent des manifestations spécifiques à la culture lorsqu'il s'agit de trouver des solutions à certains défis (Layes, 2010, p. 53 ans.).

Module 3

Voici quelques grappes de pays tirées de l'étude Globe (https://globeproject.com/results/clusters/middle-east?menu=list#list consulté le 21.5.20) qui peuvent être pertinentes pour les bénévoles ou les organisations bénévoles qui souhaitent s'internationaliser :

Cluster de pays	Pays
Anglo	• Usa • Australie • Canada • Angleterre • Irlande • Nouvelle-Zélande • Afrique du Sud
Europe de l'Est	• Albanie • Géorgie • Grèce • Hongrie • Kazakhstan • Pologne • Russie • Slovénie
L'Europe germanique	• Autriche • Allemagne • Pays-Bas • Suisse
Europe latine	• France • Israël • Italie • Portugal • Espagne • Suisse
Europe nordique	• Danemark • Finlande • Suède

Module 3

https://pixabay.com/de/illustrations/vernetzung-personen-gruppe-3712818/

Les grappes de pays sont liées à certaines dimensions culturelles universelles qui ont, cependant, des manifestations spécifiques à chaque pays. Dans ce qui suit, vous trouverez quelques dimensions culturelles prises littéralement de l'étude Globe qui peut être important pour votre travail (Maison 2013, p. 12f.) . S'il vous plaît garder à l'esprit que les degrés de la façon dont une dimension se manifeste fortement ou évidemment, dépend de facteurs spécifiques à la culture :

Module 3

https://pixabay.com/de/illustrations/vernetzung-personen-gruppe-3712818/

Les grappes de pays sont liées à certaines dimensions culturelles universelles qui ont, cependant, des manifestations spécifiques à chaque pays. Dans ce qui suit, vous trouverez quelques dimensions culturelles prises littéralement de l'étude Globe qui peut être important pour votre travail (Maison 2013, p. 12f.) . S'il vous plaît garder à l'esprit que les degrés de la façon dont une dimension se manifeste fortement ou évidemment, dépend de facteurs spécifiques à la culture :

Module 3

Dimensions tirées de The Globe Study (House, 2013, p. 12f.)	Dimensions dans le bénévolat /contexte	Questions pour comprendre les dimensions du bénévolat
Orientation de la performance : La mesure dans laquelle un collectif encourage et récompense (et doit encourager et récompenser) les membres du groupe pour l'amélioration de la performance et l'excellence.	Cette dimension peut montrer dans la façon dont votre organisation encourage et soutient l'engagement, les mesures de formation et les activités de développement pour les bénévoles afin d'améliorer leur efficacité pour un nouveau projet international.	Comment êtes-vous récompensé (avec des éloges immatériels, badges « meilleur volontaire de l'année ») alors que vous avez particulièrement bien fait? À combien d'entraînements avez-vous participé au cours de la dernière année ?
Affirmation de soi : La mesure dans laquelle les individus sont (et doivent être) affirmés, conflictuels et agressifs dans leur relation avec les autres.	Cette dimension peut montrer dans l'attitude de votre organisation ou de vos collègues à mesurer les réalisations entre eux et à faire avancer leurs propres intérêts.. Les cultures moins compétitives ont plus d'importance sur les relations et les liens.	Dans quelle mesure manifestez-vous votre désir que votre idée soit mise en œuvre ou que votre objectif soit réalisé ?
Orientation future : La mesure dans laquelle les individus s'engagent (et devraient s'engager) dans des comportements tournés vers l'avenir comme la planification, l'investissement dans l'avenir et le retard de la gratification.	Cette dimension peut montrer, par exemple, à travers l'effort que votre organisation bénévole met dans la planification des réunions ou des étapes futures d'un projet.	Combien à l'avenir comptez-vous récolter les fruits de votre travail ? Comment va votre attitude en matière de dépenses monétaires ?

Orientation humaine : La mesure dans laquelle un collectif encourage et récompense (et doit encourager et récompenser) les individus pour être justes, altruistes, généreux, attentionnés et gentils avec les autres.	Cette dimension peut montrer, par exemple, dans l'attitude d'une société envers le bénévolat.	Est-il facile pour vous, en tant qu'organisation bénévole, d'engager les gens dans vos activités ? Est-il facile de faire de la collecte de fonds ?
Distance de puissance : Mesure dans laquelle les membres d'un collectif s'attendent (et devraient s'attendre) à ce que le pouvoir soit réparti de façon égale.	Cette dimension peut montrer, par exemple, à quel point vous êtes habitué aux structures hiérarchiques au niveau des organisations bénévoles. Il peut également être remarqué dans la façon dont les gens s'adressent à leur patron ou leurs pairs.	Comment abordez-vous votre patron – est-ce comme si vous vous allions vous adresser à vos collègues bénévoles?
Évitement de l'incertitude : La mesure dans laquelle une société, une organisation ou un groupe s'appuie (et devrait s'appuyer) sur les normes, les règles et les procédures sociales pour atténuer l'imprévisibilité des événements futurs. Plus le désir d'éviter l'incertitude est grand, plus les gens cherchent l'ordre, la cohérence, la structure, les procédures formelles et les lois pour couvrir les situations dans leur vie quotidienne.	Cette dimension peut apparaître, par exemple, dans la complexité des processus déterminant l'acceptation de nouveaux volontaires dans une organisation.	À quel point vous sentez-vous à l'aise avec des processus de travail qui ne vous semblent pas clairs? Dans quelle mesure définissez-vous vos processus de travail?

En résumé: Le contenu de cette unité et en particulier la table ci-dessus peut vous aider à comprendre certains éléments invisibles et peut-être inconscients de votre culture. Être conscient des éléments culturels fondamentaux est un pas vers une meilleure compréhension de ses propres réactions comportementales. Lié aux grappes de pays, le tableau peut vous aider à mieux évaluer une certaine expérience de l'altérité que vous ne pouvez pas expliquer lorsque vous êtes en contact avec de nouvelles cultures.

Avertissement : Bien sûr, il y a un risque de stéréotypes quand on essaie d'attribuer ce qui sont des comportements « typiques ». Mais il faut garder à l'esprit que les dimensions culturelles sont basées sur ce qui peut être observé et ce qui est normal pour la plupart des membres d'une certaine culture. Il est important de se rappeler d'aborder une autre culture non pas en la regardant à travers sa propre lentille culturelle, mais en l'observant de façon neutre et en reportant les jugements.

RESSOURCES EXTERNES

Bolten, J. (2013). Fuzzy Cultures : Conséquences d'une notion culturelle ouverte et à valeur ajoutée pour la conceptualisation des politiques interculturelles de développement du personnel, Mondial: Sietar Journal pour les perspectives interculturelles, pp. 4-10.
Discussion sur les nouvelles perspectives sur le terme culture

Hall, E. T. (1976). Au-delà de la culture. New York : Anchor Books.
Discussion sur les dimensions culturelles

Hofstede, G. and Hofstede G.J. (2009). Les règles du jeu socials. Dans: G. Hofstede et G.J. Hofstede, ed., Pensée locale, action globale. 4e ed. Munich : Deutsche Taschenbuch Verlag, p. 2.
Discussion sur les dimensions culturelles

House, R. J., Dorfman, P. W., Javidan, M., Hanges, P. J. et de Luque, M. S. (2014). Leadership stratégique Unecroix Cultures: GLOBE Étude du comportement etde l'efficacité du leadership des PDG dans 24 pays. Thousand Oaks / Londres: Sage.
Discussion sur les dimensions culturelles

Kroeber, A.L. et Kluckhohn, C. (1952). La culture. Un examen critique des concepts et des définitions. New York: Vintage Books, p. 291.
Discussion sur le terme culture

Layes, G. (2005). Dimensions culturelles. : A. Thomas, E.-U. Kinast et S. Schroll-Mahl, ndlr, Manuel de communication et de coopération interculturelles, vol. 1, 2nd ed. Göttingen: Vanderhoek & Rupprecht, p. 53-64.
Discussion sur les normes culturelles

Löchte, A. (2005). Johann Gottfried Herder. Würzburg : Königshausen & Neumann.
Discussion du terme culture, unlso dans l'histoire

Straub, A. (2007). La culture. In: J. Straub, A. Weidemann and D. Weidemann, ed., Manuel de la communication interculturelle et de la compétence: Notions fondamentales - théories - champs d'application. Stuttgart and Weimar: J.B. Metzler, pp. 7-24.
Discussion sur le terme culture

Thomas, A. (2010). Normes culturelles et culturelles. Dans: A. Thomas, E.-U. Kinast et S. Schroll-Mahl, ndlr, Manuel de communication et de coopération interculturelles, vol.1, 2nd ed. Göttingen: Vanderhoek & Rupprecht, p. 22.
Discussion sur les normes culturelles

Triandis, H. C. (2002). Culture subjective, Lectures en ligne en psychologie et culture. 2,2 [pdf]. Bellingham: Center for Cross-Cultural Research, Western Washington University, p.3. Disponible à l'adresse suivante : https://doi.org/10.9707/2307-0919.1021 [Consulté le 10.07.2020].
Discussion sur les dimensions culturelles

Trompenaars, F. (1997). Riding the Waves of Culture. 2. Ed. Londres / Boston: Nicholas Brealey Publishing, p. 6.
Discussion sur les dimensions culturelles

Welsch, W. (1999). Trans culturalité : La forme déroutante des cultures d'aujourd'hui. Dans: M. Featherstone et S. Lash, ed., Spaces of Culture: City, Nation, World. Londres: Sage, pp. 194-213.
Discussion sur la culture conceptuelle

Module 3

unité d'apprentissage 2

CATÉGORIE

Communication interculturelle dans le travail transnational

COURTE DESCRIPTION

L'unité « Communication interculturelle » introduira le concept de « Communication interculturelle » en abordant une définition dans la première section de cette unité. Il se concentrera sur certains défis sur le niveau verbal, non verbal et de valeur lors de l'interaction avec des gens d'autres cultures.

La deuxième section « Compétences transnationales en communication » traite des compétences utiles autres que la langue étrangère pour une communication transnationale efficace. Il montre l'importance fondamentale de la conscience interculturellequi permet des'adapter et de réagir aux besoins spécifiques de la situation de communication interculturelle.

CONTENU DE LA FORMATION

Communication interculturelle

Qu'est-ce que la communication interculturelle ?

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir : Si votre collègue bénévole avec un fond anglo-saxon vous a dit lors d'une discussion sur un nouveau projet « Je ne suis pas tout à fait sûr, mais je préfère suggérer XYZ » comment comprendriez-vous cette phrase ?

Pensez-vous a) votre homologue hésite à ce qu'il /elle dit? Ou b) le comprendrez-vous comme un rejet de ce qui a été dit précédemment ?

Selon vos antécédents culturels et les stratégies de communication auxquelles vous êtes personnellement habitué, vous savez peut-être que la seule façon d'interpréter la phrase est b).

La situation ci-dessus est un exemple pour intercultural communication. En ce qui concerne la définition de la culture, aussi pour le terme intercultural communication il ya plusieurs définitions en fonction de la ligne de recherche et l'accent des chercheurs. Au sens très large, le terme Intercultural Communication fait référence à « toutes sortes de communications entre individus de cultures différentes » (Thomas,2005, p. 113) [traduit par l'auteur du module].

Module 3

Lorsqu'on pense à la communication interculturelle, les défis sont très souvent sous-estimés, surtout lorsque les deux partenaires partagent une langue commune, qui n'est peut-être pas la langue maternelle d'au moins un partenaire. Pouvoir parler la même langue peut être utile, mais dans certains cas, cela peut aussi être trompeur. S'il est vrai que la communication interculturelle est comparable à la communication entre un groupe culturellement homogène lorsqu'il s'agiting de prendre en compte certains éléments universels de communication comme le réglage, le registre, le choix des moyens de communication verbaux/non verbaux, la relation between lescontreparties et ainsi de suite, tvoici unélément, cependant, qui fait la différence entre la communication inter- et intraculturelle: la culture avec ses caractéristiques spécifiques à chaque pays influençant la communication.

https://pixabay.com/de/vectors/social-media-verbindungen-vernetzung-3846597/

Quels sont les défis dans la communication interculturelle?

Il vous suffit de prendre une minute pour réfléchir: Un dimanche, lors d'une promenade en ville, vous arrive de rencontrer un ami que vous connaissez de votre service bénévole. Elle est originaire d'un pays méditerranéen, peut-être l'Italie. Vous ne vous connaissez pas très bien, mais quand vous vous rencontrez, vous appréciez tous les deux les conversations ensemble. Votre ami vous accueille chaleureusement et vous offre – ce que vous interprétez comme – une profusion de compliments sur votre nouveau look.
Comment comprendriez-vous les compliments ? A) comme une belle façon d'initier une conversation, même si vous savez qu'ils pourraient être un peu exagérés? B) Vous pensez qu'ils sont embarrassants et pas vrais ?
Selon votre origine culturelle, vous pouvez décider pour a) ou b).

Les défis de la communication interculturelle peuvent apparaître à trois niveaux différents : a) sur le niveau de valeur verbale, b) non verbale et c) niveau de valeurs. Dans ce qui suit, nous ne pouvons que donner une introduction à ce domaine intéressant mais complexe.

a. Le niveau verbal:

La façon dont les gens se saluent, s'engagent dans la conversation, les sujets dont ils aiment parler et même la façon dont ils structurent l'approche verbale de certains sujets sont influencés par la culture. Vous avez déjà entendu parler de rituels d'accueil complexes (avec des questions et des réponses ritualisées sur la famille, les membres de la famille et leur bien-être) dans les pays africains (Lüsebrink,2016, 57). Les couper court impliquerait un affront à la politesse et peut conduire à une rupture dans la conversation.

Aussi à l'ouverture d'une conversation, les cultures ont des approches différentes. Certaines cultures aiment commencer par un compliment « Quelle chemise unique que vous avez aujourd'hui. La couleur est faite pour vous. (Les cultures méditerranéennes comme l'Italie, voir aussi l'exemple ci-dessus), sachant bien que le compliment n'est destiné qu'à commencer par un échange verbal informel.

Aussi des questions simples comme « Comment allez-vous aujourd'hui ? » des cultures anglo-saxonnes et anglo-américaines et le Français « ça va? » (Lüsebrink, 2016, 61) sont culturellement liés. On ne s'attend pas à une réponse sérieuse à eux et conduirait à une situation embarrassante.

Peut-être vous avez vécu à quel point les virages et le silence dans la conversation peuvent être différents, selon l'intégration culturelle des membres de la conversation. Les locuteurs des cultures germaniques préféreront une séquence ordonnée de virages distincts, tandis que ces cultures comme celles méditerranéennes commenceront probablement leur propre tour plus tôt, ce qui peut sembler impoli envers les partenaires d'autres cultures. Plus de trente secondes de silence semble inacceptable dans les cultures allemandes, méditerranéennes et anglo-américaines et peuvent être interprétées comme un manque d'intérêt, alors que ce n'est pas le cas dans les ultures finlandaises et chinoises(Lüsebrink, 2016, p. 57).

Selon le contexte culturel, certains sujets sont plus adaptés que d'autres pour la conversation. Dans les cultures germaniques, parler de la vie privée et des questions familiales et financières, d'enfants et les salaires semble moins approprié que dans d'autres cultures (voir aussi Lüsebrink, 2016, p. 59).

b. Le niveau non verbal :

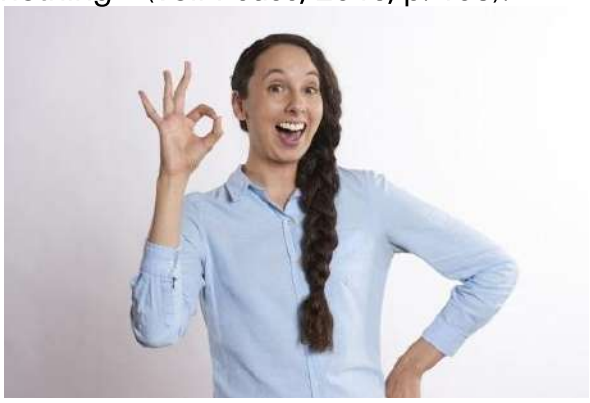
Il suffit de prendre une minute pour réfléchir: Avez-vous déjà pensé pourquoi les tables de conférence sont si grandes? Avez-vous remarqué des différences de taille entre les cultures ?

Module 3

https://pixabay.com/de/photos/treffen-moderne-zimmer-konferenz-1177454/

Le langage corporel (comme les gestes, l'imitation, le mouvement des yeux) et la distance **physique** du propre corps conservé au cours d'une conversation par rapport aux autres (proximité) est un universel chez tous les humains. Tous les êtres humains, indépendamment du fond culturel sont capables de reconnaître les émotions et les états d'esprit comme l'agressivité, tranquilité, la familiarité et ainsi de suite. C'est une faculté universelle.

Cependant, la façon dont ces éléments sont affichés varie d'une culture à l'autre. Par exemple, les gestes peuvent être trompeurs et causer de l'embarras, de la confusion ou de l'irritation. Pensez au geste symbolisant la brève déclaration Americaine « Ok! » En France le même geste signifie « this is nothing » (voir Pease, 2013, p. 108).



https://pixabay.com/de/photos/okay-a-ok-frau-ja-positiv-symbol-2385794/

Selon le contexte culturel, la gesticulation au cours d'une conversation peut également ne pas être appréciée. La gesticulation peut être considérée comme un signe d'engagement et d'intérêt pour certaines cultures (méditerranéennes), tandis que la même fréquence peut être comprise comme une forte participation émotionnelle et la manifestation d'un comportement agressif par d'autres cultures (germanique).

Le sens des expressions faciales comme le sourire peut être très différent dans différentes cultures. Dans la plupart des cultures européennes, il peut être considéré comme une expression de bonheur ou de facilité, certaines cultures asiatiques montrent cependant cette réaction dans des situations d'embarras ou d'incertitude. Dans les cultures européennes, établir un contact visuel est un moyen de construire la confiance et l'ouverture dans une relation. Dans d'autres cultures, comme les cultures asiatiques et musulmanes, il peut être considéré comme impoli et agressif. Dans la compréhension musulmane, établir un contact visuel avec une femme peut compromettre son honneur et son intégrité.

La quantité d'espace qu'un corps prend au cours d'une conversation est influencée par la culture et peut avoir une signification symbolique. On sait par exemple que, dans certaines cultures arabes, asiatiques, sud-européennes ou latino-américaines, la distance acceptable entre les corps dans les rencontres formelles est inférieure à celle des régions nord-américaines ou nord-européennes. Aussi le positionnement des organismes est différent: Dans les pays arabes, par exemple, les gens se tiennent plus près en face de l'autre que dans les États-Unis ou les pays européens. (Voir Lüsebrink, 2016, p. 62).

c. Le niveau de valeur

Les cultures ont des valeurs et des attitudes différentes qui déterminent ce que les membres d'une certaine culture croient important et comment ils interagissent avec les autres [les dimensions culturelles voir unité 1 LINK]. Ces valeurs et attitudes se manifestent naturellement aussi dans la communication. Lorsque les partenaires de communication diffèrent fortement dans leurs attitudes, leurs croyances, leurs valeurs, ces différences peuvent conduire à des malentendus et à des incidents critiques dans des situations interculturelles (Barmeyer,2012, p. 84).

Compétences en communication transnationale

Pourquoi d'autres compétences que parler langue étrangère sont-elles importantes ?

Lorsque vous communiquez avec des membres d'autres cultures, il est souvent bon de connaître une langue commune. Mais même alors, il ya un risque de passer seulement une partie du message. La raison en est qu'il y a certaines couches dans la langue qui sont spécifiques à la culture.

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir: Pensez-vous que le concept de « amitié » ou « famille » est exactement le même dans toutes les cultures?

En fait, les concepts diffèrent selon la culture (pour les différences entre l'Europe du Nord et l'Europe du Sud voir (Lüsebrink, 2016, p. 53) et entre les pays européens et les pays arabes (Ghadban, 2020). C'est pourquoi la compétence linguistique n'est pas le seul outil pour éviter les défis de communication interculturelle (Barmeyer, 2012, p. 85).

Parfois, il est encore plus efficace de développer d'autres compétences pour une communication transnationale efficace qui aident à s'adapter et à réagir aux besoins spécifiques de la situation de communication interculturelle. Il n'est pas possible de discuter de toutes les compétences qui peuvent être utiles dans une telle situation. Dans ce qui suit, vous serez introduits de sorte que certaines compétences utiles pour vous en tant que bénévole travaillant dans un projet international ou désireux de commencer à travailler à l'échelle internationale. Ces compétences se concentrent sur la sensibilisation culturelle et sur les stratégies de communication.

Accroître la sensibilisation culturelle à la communication transnationale

Lorsque vous rencontrez, en tant que bénévole, d'autres bénévoles qui travaillent à l'étranger, vous aurez probablement observé, interprété et jugé ce que vous voyez et ressentez sur la base de vos valeurs culturelles. Cette approche est tout à fait légitime parce qu'elle vous permet d'agir et de réagir intuitivement et naturellement aux circonstances données par cette situation spécifique. Ne pas avoir ce système de valeur partagé par tous les membres, votre culture serait comme conduire sans GPS. Cependant, avoir ce système d'orientation culturelle comporte le danger de le prendre comme universellement acquis. Les rencontres interculturelles peuvent être jugées sur la base de l'ensemble de valeurs de son propre contexte culturel.

Pourquoi cela peut-il être un risque de réussite de la communication interculturelle ?
Voici quelques raisons:

- **Ne pas se rendre compte** des différences culturelles peut conduire à une mauvaise interprétation des situations de communication interculturelle.
- **Le fait de ne pas accepter** les différences culturelles peut conduire à renforcer les stéréotypes et les préjugés.
- **Sous-estimer** les différences culturelles conduit à des hypothèses de similitude. Les hypothèses de similitude peuvent impliquer que les propres valeurs culturelles et la vision du monde restent incontestées, ce qui peut conduire à respecter moins l'autre culture.

Ces raisons sont les trois premières étapes « ethnocentriques » de la compréhension par Milton J. Bennett du processus d'apprentissage pour sensibiliser davantage les élèves à l'interculturalité (modèle du DMIS de Bennett, 2017 et https://www.idrinstitute.org/dmis/). Le fait de combler ces étapes ethnocentriques contribue à améliorer les compétences en communication transnationale.

Essayez de comprendre pourquoi en réfléchissant à la situation de communication interculturelle suivante.

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir: Imaginez que vous êtes d'une culture dans laquelle il est tout à fait normal d'exprimer sans hésitation votre propre opinion ou de donner et de recevoir des commentaires directs. Vous travaillez sur un nouveau projet international depuis quelques jours avec un nouveau collègue d'un pays asiatique. Un jour, vous devez lui donner quelques instructions. Après avoir vérifié avec votre collègue si ce que vous avez dit était clair, votre collègue hoche la tête et dit oui. Vous vous attendez à ce que la tâche ne prendra pas plus de quelques heures. Mais à la fin de la journée, votre collègue n'est toujours pas revenu vers vous. Vous remarquez qu'il ou elle a à peines commencé. Vous êtes très furieux parce que vous vous êtes fié à ses commentaires pour les étapes suivantes du projet.
Qu'est-ce qui s'est passé ?
La base de l'incompréhension est le fait que les deux parties impliquées dans la situation supposaient avoir le même système de communication verbale et non verbale. Cependant, le hochement de tête et le « oui » verbal signifiait pour une partie impliquée « J'ai compris »,, pour l'autre « j'ai entendu », ce qui n'implique pas nécessairement la compréhension intellectuelle du message.

Que peut-on faire pour éviter la rupture de la communication?

Probablement une première étape pourrait être d'accepter que la communication a mal tourné parce qu'il ya des différences culturelles qui conduisent à des compréhensions différentes au lieu de blâmer l'autre pour avoir fait une erreur. Comme une deuxième étape, les deux pourraient essayer de changer leurs styles de communication culturellement donnés par exemple en essayant de lire plus entre les lignes d'une part et en essayant de demander plus d'aide (peut-être en s'adressant à d'autres collègues si vous préférez) d'autre part. Les parties concernées pourraient également essayer de parler de la situation dans un cadre plus informel, par exemple pendant une pause-café. Cela aidera en particulier le partenaire d'une culture de faible contexte à exprimer une opinion.

Après plus de pratique et le long terme, peut-être les deux parties de l'exemple ci-dessus peuvent être en mesure de passer d'un style de communication à un autre et d'adapter et d'intégrer les différentes stratégies de communication que diverses situations interculturelles exigent. C'est ce qui, selon le modèle de Milton J. Bennett, serait la plus haute étape de la sensibilisation interculturelle. (Voir pour le modèle https://www.idrinstitute.org/dmis/; Barmeyer, 2012, p. 43)

https://pixabay.com/de/vectors/kunst-grenzen-junge-kinder-2026066/

Conseils pour renforcer la sensibilisation interculturelle dans la communication transnationale

- Soyez ouvert à de nouvelles expériences interculturelles.
- Attendez-vous à être surpris par de nouvelles rencontres.
- Réfléchissez à vos propres valeurs culturelles.
- Soyez conscient de votre attitude personnelle à l'égard de vos valeurs culturelles.
- Détecter les comportements et les stratégies de communication en vous-même et dans d'autres qui sont culturellement liés.
- Interrogez votre comportement et vos stratégies de communication.
- Réfléchissez à vos propres façons de penser et à vos opinions.
- Essayez de comprendre les racines culturelles de la perception du temps, l'affichage du statut, les liens familiaux, l'amitié.
- Dans des situations de communication interculturelles, essayes de prendre le point de vue de votre homologue.
- Intéressez-vous aux normes et valeurs culturelles de votre homologue culturellement différent.
- Écoutez attentivement et donnez de la place à ce que votre homologue a à dire, même si cela signifie prendre un pas en arrière.

Ces conseils peuvent sembler difficiles à réaliser. La bonne nouvelle, c'est que la sensibilisation interculturelle est un processus d'apprentissage qui peut être formé.

Choisir les stratégies de communication adéquates

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir: Appréciez-vous la rétroaction directe et ne le prenez pas comme critique négative? Alors vous appartenez à la soi-disant « cultures à faible contexte » préférant un style de communication directe. Avez-vous tendance à élaborer des constructions lorsque vous demandez quelque chose à votre homologue? Ensuite, vous pouvez être un membre d'une culture qui apprécie les stratégies de politesse afin de ne pas perdre la face.

Pour communiquer avec succès entre les cultures, il est utile de se rappeler qu'il existe des différences culturelles dans l'application des stratégies de communication. Cela peut montrer, par exemple, la façon dont les cultures expriment leurs commentaires et leurs désaccords, mais aussi dans la façon dont elles négocient ou livrent une présentation (Lüsebrink, 2016, p. 59), ou même dans différentes stratégies de politesse verbale.

Dans ce qui suit, vous apprendrez sur certaines compétences en communication qui peuvent être utiles dans la communication interculturelle.

Adaptez votre style de communication :

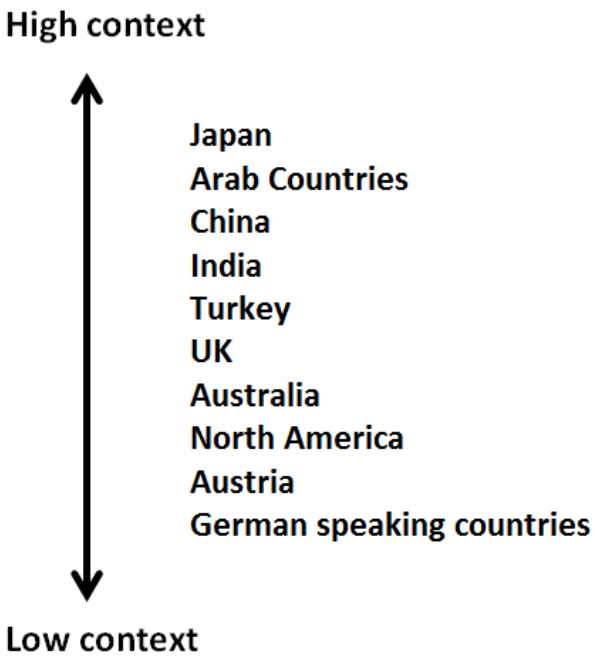
Dans les relations transnationales et interculturelles, des malentendus peuvent survenir – indépendamment des compétences linguistiques – parce que leurs homologues peuvent avoir des styles de communication différents. Comment ouvertement vous dites à votre homologue que vous n'êtes pas d'accord avec lui est une question de culture. Certaines cultures permettent à leurs membres de verbaliser très ouvertement leur désaccord et les membres de ces cultures se sentent à l'aise et apprécient même de recevoir des commentaires utiles quand ils ont fait une erreur. Pourquoi est-ce ainsi?

Les cultures diffèrent dans la mesure où leurs membres abordent des sujets spécifiques d'une manière plus ou moins directe. Ce que l'on appelle les «cultures à faible contexte» préfèrent un style de communication directe. Les membres de ces cultures s'appuient sur le sens littéral du mot. «Les cultures à haut contexte"préfèrent un style de communication indirecte. Dans ces cultures, il est important de lire entre les lignes et d'observer un comportement non verbal afin de saisir tout le sens du message.

Voici quelques caractéristiques de ces styles de communication :

High context cultures (par Edward T. Hall)	Cultures à faible contexte(par Edward T. Hall)
Messages secrets et implicites – de nombreux éléments contextuels aident les gens à comprendre	Messages explicites et manifestes - peu d'informations doivent être tirées du contexte
Beaucoup de communication non verbale	Moins d'importance de la communication non verbale, plus se concentrer sur la communication verbale
Les relations plus importantes que les tâches	La tâche est plus importante que les relations

Voici une échelle montrant la relation des cultures entre les pôles "contexte élevé " et "contexte bas« ,un concept développé parEdward T. Hall. Le ratissage n'est pas absolu, car selon certains champs de sujets, la même culture peut avoir une approche plus ou moins directe.



Conseils pour gérer des situations difficiles dans la communication transnationale

Dans la communication transnationale et interculturelle, il est utile lorsque vous essayez d'adapter votre propre style de communication à celui de vos partenaires de communication.

Surtout lorsque vous êtes dans une situation où vous faites des suggestions, communiquez des décisions, donnez des instructions ou des commentaires choisissez soigneusement vos phrases et mots.

Essayez de vous adapter aux stratégies de politesse de vos homologues. En tant que membre d'une culture contextuelle faible, vous pouvez être habitué à moins de « phrases vides » qui ont pour objectif principal d'engager votre homologue dans un sujet.

Écoutez activement:

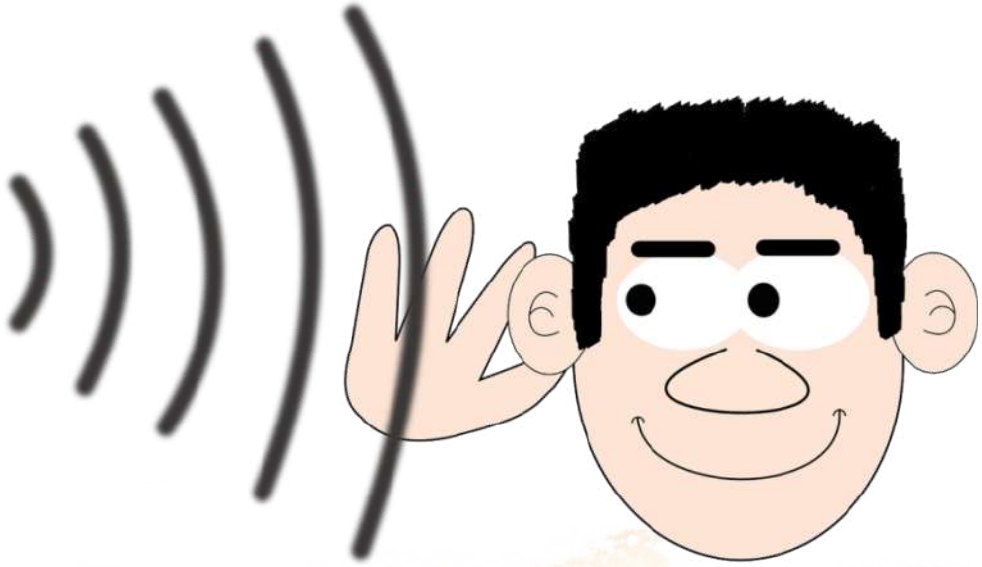
Dans le transnational, les malentendus de communication interculturelle peuvent survenir - indépendamment des compétences linguistiques - parce que les homologues supposent simplement qu'ils ont compris ce qui a été dit.

Pourquoi ne vérifient-ils pas la compréhension ?

Voici quelques raisons:

- Essayer de vraiment comprendre le sens des paroles de votre homologue peut être un travail difficile. Faire des hypothèses sur le sens est moins épuisant parce que les schémas familiers pour l'interprétation peuvent être utilisés.
- Essayer de vraiment comprendre le sens des paroles de votre homologue peut prendre beaucoup de temps. Faire des hypothèses de la signification est plus rapide.
- Essayer de vraiment comprendre le sens des mots de votre homologue peut impliquer que vous pourriez avoir à modifier vos opinions. C'est peut-être inquiétant.
- Essayer de vraiment comprendre le sens des mots de votre homologue peut impliquer que vous ne pouvez pas dire votre phrase préférée parce qu'elle ne correspondait pas au contexte. Cela pourrait signifier que vous pouvez avoir à prendre du recul et de penser à nouveau.

Toutefois, il peut aussi y avoir des raisons culturelles qui conduisent à assumer un sens spécifique. Selon l'arrière-plan culturel, avoir à admettre que vous n'avez pas compris une déclaration peut signifier une perte de visage pour le destinataire du message et l'expéditeur. Le recipient se sent honteux de lui-même ou elle-même et pour l'homologue, parce qu'il ou elle provoque l'inconvénient de faire l'autre recadrer le message. L'expéditeur peut perdre la face parce qu'il ou elle n'était pas en mesure d'être assez clair, ce qui provoque l'autre à demander. Certes, ce comportement peut être mieux observé dans les cultures asiatiques, comme les chinoises. Mais aussi dans certaines cultures européennes, dans des situations de communication où les homologues ont un statut différent en termes de hiérarchie, des tendances similaires peuvent être observées.



https://pixabay.com/de/vectors/ton-h%C3%B6ren-mann-ohr-anh%C3%B6rung-musik-159915/

Conseils pour une écoute active dans la communication transnationale

- Écoutez attentivement sans interrompre votre homologue.
- Observez-vous. Ressentez-vous le besoin de dire quelque chose pendant que votre homologue parle encore? Attendez que votre homologue aie fini.
- Essayez de reformuler avec vos propres mots ce que vous avez compris. Si vous craignez de faire perdre la face, reformuler peut être un moyen de compromis.
- Essayez d'adopter le point de vue de la situation de votre homologue. Cela aide à comprendre son point de vue.
- Même si votre bagage culturel peut ne pas le permettre, essayez de poser des questions à comprendre au niveau du contenu et au niveau émotionnel.

Pretez attention aux agents cachés

Dans le transnational, les malentendus de communication interculturelle peuvent survenir - indépendamment des compétences linguistiques - parce que les homologues ne sont pas habitués à liredes messages cachés. Ceux-ci peuvent être transférés par des éléments non verbaux comme les gestes, l'imitation et l'intonation (pour la partie verbale voir la section ci-dessus sur les cultures à contexte élevé et bas) ou d'autres symboles significatifs (voir aussi « éfis dans la communication intercultural » [LIEN à la section ci-dessus]))

Pourquoi est-il difficile de remarquer de tels agents cachés?

Voici quelques raisons:

- **Certaines cultures peuvent être utilisées plus que** d'autres pour appliquer des agents cachés. Par conséquent, il est plus facile pour eux que pour les autres de les identifier.
- Même si les cultures sont utilisées dans l'application d'agents cachés, ces agents peuvent avoir des significations différentes (sourire dans les cultures européennes et asiatiques). **Différentes définitions**
- Parfois, il peut être une question **d'attitude personnelle**. Il y a toujours un risque à sous-ou à surestimer le sens dans la communication et sur-ou sous interpréter le sens dans la communication.

Conseils pour gérer des situations difficiles dans la communication transculturelle

- Sachez que le volume de la voix et la vitesse du taux de parole peuvent être déterminés culturellement et peuvent donc conduire à des malentendus dans la communication transculturelle. Pour éviter cela, observez vos partenaires de communication et adaptez-vous à leur volume et à leurs habitudes de parole.
- Sachez que les gestes et les gesticulations sont également utilisés différemment dans les cultures. Les gestes peuvent avoir une signification précise dans une culture qui peut être différente dans une autre. En outre, la gesticulation peut conduire à des malentendus interculturels. Certaines cultures qui ne sont pas habituées à gesticuler peuvent mal comprendre comme une forme d'affichage émotionnel auquel ils ne sont pas habitués.
- Observez si vous reconnaissez les modes récurrents d'interaction verbale ou non verbale, comme les phrases et les stratégies de politesse, les attributs verbaux (titres) ou matériels (médailles) ou tout autre type de symboles.

Comme l'apprentissage d'une nouvelle langue, la communication interculturelle transnationale est un processus d'apprentissage au cours duquel vous remarquerez vos propres progrès en pratiquant constamment être conscient de vos propres habitudes de communication. Cette volonté d'améliorer votre propre potentiel vous permettra de vous ouvrir plus facilement à de nouvelles rencontres interculturelles stimulantes et intéressantes. Essayez de garder à l'esprit: Vouloir comprendre votre homologue est une attitude que vous pouvez acquérir.

RESSOURCES EXTERNES

Barmeyer, C. (2012). Lexique de poche Interculturalité. Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht.
Notions de base sur la communication interculturelle

Bennett, M. (2017). Modèle de développement de la sensibilité interculturelle. Dans: Y. Kim,ed., Encyclopédie internationale de la communication interculturelle. Wiley: Bibliothèque en ligne Wiley. https://www.researchgate.net/publication/318430742_Developmental_Model_of_Intercultural_Sensitivity/citation/download [Consulté le 1.5.2020]
Modèle montrant les étapes vers une plus grande sensibilisation et sensibilité interculturelles

Ghadban, R. (2020). Clans arabes: le danger sous-estimé. Berlin: Ullstein.
Structures familiales dans la culture arabe

Hall, E. (1966). *La dimension cachée*. Garden City, N.Y.:Doubleday
Discussion sur les dimensions culturelles

Lüsebrink, H.-J. (2016). *Communication interculturelle. Interaction, perception de l'étranger, transfert culturel.* Stuttgart: J.B. Metzler.
Notions de base sur la communication interculturelle

Pease, A. and Pease, B. (2013). *L'épaule froide et la poignée de main chaude: des explications tout à fait naturelles pour le langage secret de nos corps*. Berlin: Ullstein.

https://www.idrinstitute.org/dmis/ [Consulté le 26.6.2020]
Modèle vers une plus grande conscience et sensibilité culturelles

http://www.payer.de/kommkulturen/kultur043.htm [Consulté le 10.7.2020]
Communication non verbale – Proxémique – Communication interculturelle

unité d'apprentissage 3

CATÉGORIE

Communication interculturelle dans le travail transnational.

COURTE DESCRIPTION

L'unité « Gestion interculturelle des conflits » vous présentera certains éléments stimulants de la communication interculturelle. L'unité montrera ce qui peut être la ou les raisons d'une mauvaise communication et illustrera les différentes approches que les cultures ont à l'égard des stratégies de conflit. La dernière section donnera des conseils sur la façon de prévenir les conflits.

CONTENU DE LA FORMATION

Gestion des conflits interculturels

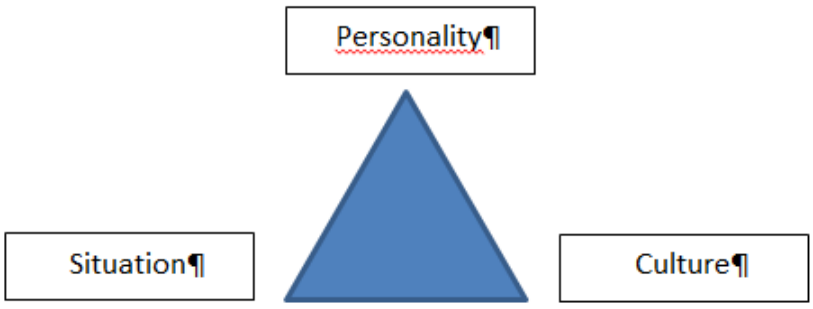
Introduction

Prenez juste une minute pour réfléchir: Que pensez-vous: les malentendus entre les gens de différents pays sont toujours une question de culture?

Chaque personne a son propre ensemble de valeurs, de normes, de croyances et d'attitudes qui sont dues à son origine culturelle. Ces éléments font partie de notre système d'orientation et nous aident à comprendre le monde dans lequel nous vivons. Ils guident notre perception du monde qui nous entoure. Ainsi, selon notre propre culture, nous interpréterons le comportement visible des autres différemment. C'est comme avoir nos propres lunettes culturelles à travers lesquelles ce que nous voyons devient plus ou moins étrange, ou plus ou moins acceptable pour nous.

Cependant, la façon dont nous agissons et réagissons n'est pas toujours déductible de notre milieu culturel seulement. Nos actions sont toujours influencées par

- Individuels ,
- situationnels et
- aspects culturels.



(Regarder pour le triangle d'attribution: Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland e.V., n.d.)

Lorsque nous essayons de comprendre pourquoi un malentendu avec quelqu'un d'un autre pays s'est produit, nous devrions tenir compte des trois aspects en demandant :

- Puis-je attribuer la raison de ce malentendu à la culture différente de la contrepartie?
- Le malentendu a-t-il pu être influencé par la situation (stress, anxiété, etc.)?
- Ou le malentendu était-il plutôt dû à la personnalité de son homologue ?

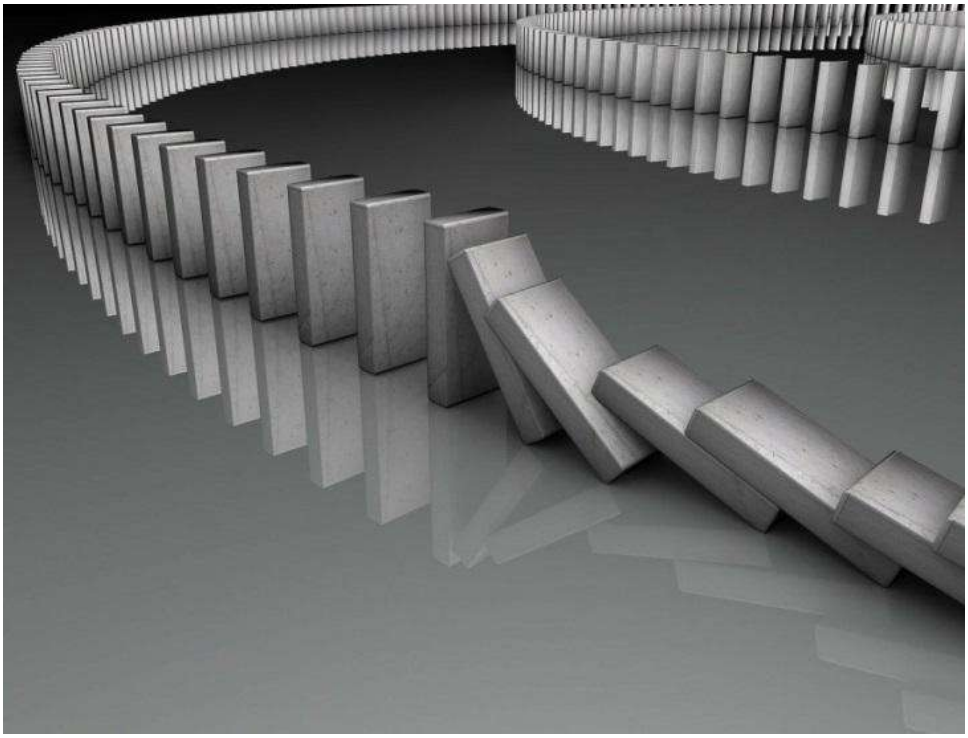
Poser les questions aide à distinguer et à se concentrer sur un aspect facilitant la compréhension de son rôle dans l'ensemble de la situation (https://www.austausch-macht-schule.org/materialien/ikus).

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir: Imaginez que vous avez votre réunion de projet hebdomadaire. Vous travaillez tous sur la demande d'un projet international. Comme d'habitude, la réunion commence et tout le monde discute de ceci et cela, peut-être aussi sur certaines tâches récemment faites pour l'application. Soudain, votre membre de l'équipe d'un pays germanophone, qui est entré dans la salle peu de temps auparavant et qui semble plutôt contrarié, devient très agité et crie: « Alors maintenant, nous devrions vraiment commencer à parler de l'application. Ces rencontres sont toujours une perte de temps!
À quel aspect attribuez-vous le comportement du membre de l'équipe : culturel, individuel ou situationnel ?
On pourrait peut-être penser que le comportement est dû à la culture des membres de l'équipe. Dans les pays germanophones, des réunions sont là pour discuter des sujets liés à l'ordre du jour de la réunion. Le temps est précieux et « gaspiller » le temps peut-être avec une petite conversation d'introduction peut être une cause d'insatisfaction. Dans ce cas, cependant, l'état de perturbation du membre de l'équipe lors de l'entrée dans la salle pourrait également induire une autre interprétation. L'explosion pourrait également être attribuée à une situation stressante sur le plan personnel.

Pierres d'achoppement dans la communication interculturelle

Lorsque la culture est à la base du conflit, c'est le comportement culturel d'au moins un des homologues qui met l'autre mal à l'aise, irrité et même blessé, provoquant ainsi des réactions émotionnelles (Barmeyer, 2012, 34).

Conflit interculturel « est défini [...] comme l'incompatibilité perçue et/ou réelle des valeurs, des attentes, des processus ou des résultats entre deux ou plusieurs parties de deux ou plusieurs cultures sur des questions de fond et/ou relationnelles » (Ting-Toomey, 1994, 360). Toutes les situations de mauvaise communication interculturelle ne conduisent pas nécessairement à un conflit. Toutefois, si les malentendus ne sont pas clarifiés à long terme, ils peuvent évoluer vers un conflit interpersonnel (Ting-Toomey, 1994, 360). Selon Barmeyer (2012, 34), contrairement aux conflits intraculturels, les conflits interculturels sont souvent caractérisés (au moins à l'origine) par la volonté et la disponibilité des parties concernées à communiquer. Cela signifie que les parties concernées n'évitent pas la communication. Au contraire, les parties concernées communiquent souvent, mais cela se produit « intuitivement », selon les propres habitudes de communication et ignorant les éléments qui peuvent conduire à un conflit dans une situation de communication interculturelle.



https://pixabay.com/de/illustrations/domino-spiel-fallen-kommunikation-163523/

Quels sont les éléments qui peuvent mener à une situation de conflit?

LaRay M. Barna (1991, p. 345f.) a identifié six pierres d'achoppement qui peuvent mener à des malentendus interculturels :

- Hypothèse des similitudes : Le fait que les humains aient des besoins biologiques et sociaux en commun ne signifie pas que nous partageons tous le même ensemble de valeurs et d'attitudes.
- Différences linguistiques : Ne pas parler la « même » langue peut également se référer à un style de communication différent, au choix des mots ou à l'attribution de sens aux mots. Ces barrières linguistiques peuvent exister même lorsque leurs homologues partagent une langue commune.
- Mauvaise interprétation non verbale : Les gestes et autres mouvements corporels peuvent être tout aussi significatifs que le langage verbal. Ne pas être capable de les lire peut conduire à une barrière de communication.
- Idées préconçues et stéréotypes : Les stéréotypes réduisent la complexité de notre monde et nous aident à nous orienter. Mais ils peuvent aussi conduire à une vision biaisée du monde qui nous entoure.
- Tendance à évaluer : Il est dans la nature humaine d'approuver et de désapprouver les opinions, les valeurs, le comportement ou de juger de la justice de quelque chose.
- Anxiété élevée : le stress conduit souvent à des mécanismes de défense qui entravent l'interprétation appropriée d'une certaine situation.

Surtout si l'une des parties concernées ne répond pas aux attentes qui existent en raison des valeurs culturelles, des croyances, des normes et des habitudes communicatives de la contrepartie, un conflit peut facilement survenir [voir Iceberg Model Unit 1 LINK]. La racine d'un conflit peut souvent s'expliquer par l'examen des différentes manifestations culturelles des dimensions culturelles [voir Dimensions Unité 1 LIEN].

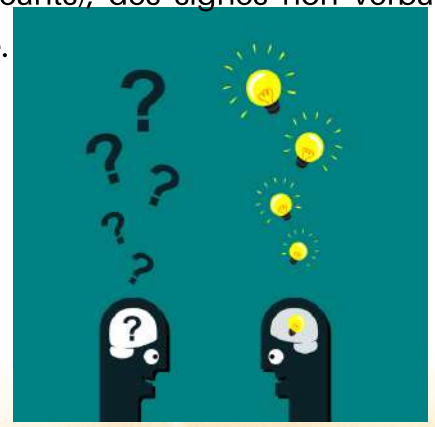
Stratégies de conflit

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir: Imaginez que vous travaillez sur un projet avec d'autres membres de votre organisation bénévole. Bien que vous soyez tous d'accord sur le fait qu'il est important pour votre organisation de rechercher de nouveaux contacts internationaux, vous n'êtes pas d'accord sur la stratégie d'approche des nouvelles organisations internationales. Pensez-vous que traverser un conflit peut être un moyen de trouver une solution appropriée? Ou un conflit ne fait-il que mettre en danger l'harmonie sociale de votre groupe de pairs ?

La façon dont les cultures abordent une situation conflictuelle dépend beaucoup de la façon dont les conflits sont perçus et valorisés dans cette culture. Il y a des cultures plus individualistes (comme les cultures germaniques) qui favorisent une attitude « positive » à l'égard d'un conflit. Cela signifie que, dans la perception de ces cultures, un conflit peut être bénéfique pour le développement de la situation s'il est abordé de manière appropriée. Ces cultures peuvent voir les raisons d'un conflit plutôt dans des malentendus sur les croyances, les sujets, les objectifs, la question des choses, etc. D'autres cultures, comme les cultures asiatiques collectivistes, vivent un conflit comme une ingérence dans les relations établies menaçant la coexistence sociale harmonieuse. Ces cultures estiment que la cause d'un conflit réside davantage dans une atmosphère de groupe et une relation perturbées (Kammhuber, 2005, p. 298f.; Ting-Toomey, 1994, p. 364)

La façon dont un conflit est traité a également beaucoup à voir avec la compréhension du « soi » qui est interprété et perçu différemment selon le contexte culturel. Dans certaines cultures plus individualistes, les individus se considèrent comme des agents, comme ceux qui décident d'une situation et de leurs propres actions. Dans ces cultures, le moi est autonome (Ting-Toomey, 1994, p. 361) - l'individu (« ») se dresse au-dessus du groupe (« ou »). Dans les cultures plus collectivistes, les individus se définissent sur des relations de groupe. Ils construisent leur identité en tant que « soi connecté » (Ting-Toomey, 1994, p. 361). Cela signifie qu'ils se considèrent comme interdépendants et se concentrent sur leurs besoins communs. Dans ces cultures, le groupe (« ou ») se trouve au-dessus de l'individu (« »).

Sur la base de ces conditions, les cultures individualistes peuvent plutôt poursuivre des stratégies « d'offense verbale et de défense, pour justifier sa position, pour clarifier son opinion, pour construire sa crédibilité, pour exprimer ses émotions, et pour soulever des objections si on est en désaccord »(Ting-Toomey, 1994, p. 367). Ces cultures sont fortement orientées vers les solutions. Les cultures collectivistes, quant à elles, s'appuieront davantage sur des messages verbaux indirects (par exemple des métaphores, des sujets changeants), des signes non verbaux et le silence pour montrer, par exemple, l'hésitation ou l'incertitude.



https://pixabay.com/de/vectors/frage-fragen-mann-kopf-erfolg-2519654/

Prévention des conflits

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir: Imaginez cette situation: Vous travaillez avec votre équipe sur la demande d'un projet international. Votre équipe est composée de personnes originaires d'Autriche, d'Italie, d'Espagne et de Grèce. La soumission est dans un mois. Toutefois, vous voyez le risque que le délai ne soit pas respecté. Qu'est-ce que tu peux faire ?

Afin d'identifier les conflits en général, et les conflits interculturels en particulier, le défi consiste à reconnaître rapidement les conditions et les situations dans lesquelles les conflits peuvent survenir. Comme nous l'avons déjà mentionné, les conflits surviennent souvent parce que les attentes ne sont pas satisfaites. Vous savez qu'en raison de leur expérience culturelle, votre équipe a des connaissances différentes sur la gestion du temps et l'importance des relations personnelles. Dans cette situation, il sera utile d'avoir une réunion avec tous les partenaires du projet. Au cours de cette réunion essayer d'établir la confiance et les relations avec les partenaires italiens, espagnols et grecs. Le renforcement de la relation personnelle les aidera à s'engager dans le partenariat et vous donnera plus d'assurance que les partenaires fournissent à temps. Préparer du matériel clair à distribuer. Il doit contenir des informations sur les échéanciers, les objectifs, l'administration des projets. Cela donnera à votre partenaire allemand et autrichien suffisamment d'assurance sur le calendrier du projet et le contenu afin de pouvoir se concentrer sur les tâches.
Peut-être vous demandez-vous quels sont les signes d'un conflit interculturel latent ?
Ils ne sont probablement pas très différents de ceux entre les membres de la même culture. Il pourrait donc s'agir d'un manque de fiabilité, de petites « mésaventures », d'hostilités envers des collègues et autres (voir aussi https://www.umsetzungsberatung.de/konflikte/konfliktpraevention.php).

Voici quelques conseils sur ce que vous pouvez personnellement faire pour éviter les conflits interculturels

- Observer activement la situation
- Essayez de vous rappeler que différentes cultures peuvent interpréter la même situation de façon très différente
- Ne jugez pas le comportement observé, mais essayez de le comprendre
- Écoutez activement et essayez d'être culturellement neutre
- Essayez de comprendre les valeurs, les croyances et les attitudes des autres cultures en changeant de perspective
- Établir un rapport en découvrant des points communs
- Sauvez la face – Respectez les autres et respectez-vous
- Développer des solutions WIN-WIN

(Pour cette section voir aussi Ting-Toomey, 2001, qui le décrit d'une manière similaire).

https://pixabay.com/de/vectors/silhouette-beziehung-konflikt-3141264/

En résumé: Comme dans les situations de conflit avec les membres de votre culture, il est également préférable d'adopter une approche communicative lorsqu'il s'agit de conflits interculturels. Soyez ouvert, aborder la question avant que le problème atteigne les couches plus profondes et se solidifie. Acceptez que lorsqu'il s'agit de discuter de valeurs, il n'y a pas de véritable « bon » ou « mauvais » – c'est dans la plupart des cas une question de perspective et de jugement culturellement qui peuvent être différentes des vôtres.

RESSOURCES EXTERNES

Barmeyer, C. (2012). Lexique de poche Interculturalité. Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht.
Notions de base sur la communication interculturelle

Barna, L. M. (1991). Pierres d'achoppement dans la communication interculturelle. : L.A. Samovar, et E. Porter, ndlr, Communication interculturelle. Un lecteur, 6eth ed. , Belmont, Californie: Wadsworth Publishing Company, pp. 345-353.
L'auteur énumèreun certain nombre de défis dans la communication interculturelle et explique leurs raisons..

Kammbuber,P. (2005). Le gouvernement et la médiation interculturelles.ement und Mediation. In: A. Thomas, E.-U. Kinast,, S. Schroll-Machl, Manuel *communication interculturelle et coopération*,Vol. 1, 2nd ed., Göttingen : Vandenhoeck Ruprecht, pp. 297-306. d
Cet article donne quelques informations sur la façon dont les parties concernées évaluent, perçoivent et gèrent les conflits interculturels en fonction de leurs antécédents culturels.

Ting-Toomey, S. (1994). Gérer efficacement lesconflits culturels inte. Managing Inte Dans: L. Samovar et R. Porter, ndlr, *Communication interculturelle. Un lecteur*. 7eth ed. , Belmont, CA : Wadsworth, p. 360-372.
Cet article montre l'importance de la dimension culturelle « individualisme – collectivisme » lorsqu'il s'agit de trouver des raisons pour différentes approches de solution aux conflits.

Ting-Toomey, S. (2001). *Gérer efficacement les conflits interculturels*. Thousand Oaks, Californie: Sage.
Ce livre aide à comprendre la base culturelle des conflits interculturels en appliquant la théorie à des exemples pratiques.

https://www.austausch-macht-schule.org/materialien/ikus
[Consulté le 10.7.2020] [Lien vers pdf, mais comment????]
Ce pdf contient des sujets utiles sur l'apprentissage interculturel et ses défis

https://www.umsetzungsberatung.de/konflikte/konfliktpraevention.php [Consulté le 10.7.2020]
Intéressant site sur la prévention des conflits écrit de quelqu'un venant du domaine des affaires.

Module 3

unité d'apprentissage 4

CATÉGORIE

Communication interculturelle dans le travail transnational

COURTE DESCRIPTION

Ce module montre pourquoi il est important de travailler sur l'image d'une organisation également dans le secteur à but non lucratif. Il vous présentera les raisons pour lesquelles il est utile de considérer les aspects culturels lorsque vous travaillez sur l'image d'une organisation et il se concentrera sur certains aspects particuliers liés à la culture que vous devriez considérer sur votre chemin vers l'internationalisation.

CONTENU DE LA FORMATION

Travailler sur l'image interculturelle de l'organisation

Pourquoi devriez-vous travailler en tant que bénévole sur l'image de votre organisation?

Une image positive est importante pour réussir. En tant qu'organisation bénévole, vous n'avez pas besoin de « vendre » un produit, mais vous devrez vous faire connaître en tant qu'organisation et, dans ce rôle, présenter vos idées, vos valeurs et vos objectifs. Il peut y avoir d'autres organisations bénévoles avec une mission similaire de laquelle il est important de différentier pour devenir plus visible. Vous voudrez peut-être obtenir plus de membres, lier les membres existants, recueillir plus de financement, augmenter le montant des dons et avoir des partenaires plus actifs. Peut-être que vous cherchez même d'autres organisations pour travailler avec. Avec une image positive, il sera plus facile d'atteindre ces objectifs. [Link Unit 1] (Voir aussi Missoni et Alesani,2014, pp. 365 et 368f.)

L'information, les faits et les émotions circulant dans divers canaux médiatiques en ligne et hors ligne et liés à l'image d'une certaine organisation sont souvent perçus intuitivement. Les organisations estiment qu'elles n'ont peut-être pas le contrôle sur la façon dont leur organisation est perçue par les autres. C'est pourquoi ils souhaitent naturellement de guider leur propre perception publique et pourquoi ils ont mis tout un certain effort dans les stratégies pour conduire la perception dans une direction souhaitée.

https://pixabay.com/de/vectors/speicher-online-e-commerce-4156934/

Module 3

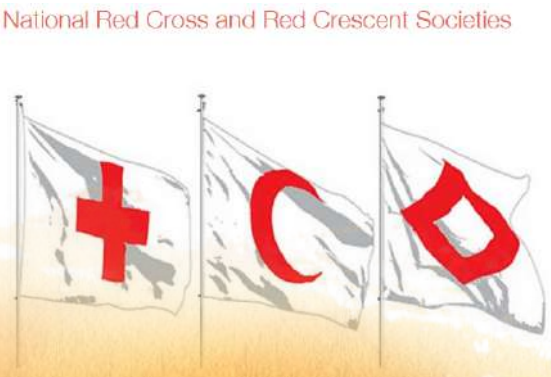
Quelle est « l'image » d'une organisation?

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir : Qu'associez-vous au WWF, à Greenpeace ou à l'UNICEF ? Quel genre d'émotions surviennent lorsque vous entendez les noms de ces associations? Vous souvenez-vous de leur logo ? Associez-vous des slogans, des symboles ou des couleurs particulières ?

Tous les éléments que vous avez associés à ces organisations font partie de leur image. Dans les éléments suivants, nous discuterons de quelques éléments utiles pour le travail sur l'image de votre organisation.

Selon certains, l'image de l'organisation est : « La perception que les gens ont de votre organisation lorsqu'ils entendent le nom de votre organisation. L'image d'une organisation est composée d'une variété infinie de faits, d'événements, d'histoires personnelles, de publicité et d'objectifs qui travaillent ensemble pour faire une impression sur le public. « https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/image
L'image, en d'autres termes, c'est ce que les autres associent avec le nom d'une entreprise. Les entreprises travaillent activement sur leur image afin de la modéliser en fonction de leur vision d'être plus efficaces en répondant mieux aux attentes du groupe cible.
Dans de nombreux cas, il semble probablement plus naturel de penser à une image d'une organisation qui se réfère à une entreprise et ses stratégies de marketing (Missoni, 2014, 368f). Mais aussi les organisations à but non lucratif ont une « image ». Les personnes posées au hasard seraient probablement facilement en mesure de répondre à la question « Qu'associez-vous avec WWF, Greenpeace ou l'UNICEF? » donnant ainsi une idée de ce qu'ils pensent intuitivement de ces organisations à but non lucratif bien connues .
L'une des images publiques les mieux connues est celle de la «Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge», qui est l'organisation-cadre des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Les couleurs rouge et blanc sont les mêmes pour toutes les organisations, mais le symbole diffère selon le contexte culturel des organisations localisées. Les couleurs et les symboles ensemble ont une grande valeur de reconnaissance.

https://www.drk.de/en/the-grc/partners-of-the-grc/the-international-red-cross/



Module 3

Pourquoi devriez-vous adapt l'image de votre organisation à la localité culturelle ?

Il suffit de prendre une minute pour réfléchir: Imaginez que vous souhaitez lancer une campagne d'information pour votre nouveau projet de bénévolat. Vous aimez personnellement les couleurs orange et vert. Vert parce qu'il se souvient de vous des couleurs de la nature, et orange parce que vous l'associez à l'énergie positive. Très probablement la plupart des Européens de l'Ouest auraient les mêmes associations avec ces couleurs. Mais alors votre collègue vous dit, que pour lui être de religion musulmane vert est une couleur religieuse. Souhaitez-vous toujours utiliser cette couleur pour votre campagne?

Les couleurs ont un bagage culturel et elles sont l'un des éléments parlants dans de nombreuses stratégies de communication des organisations. Lors de la création de l'image de votre organisation, vous devez être conscient des signaux culturels comme dans l'exemple.

Quand il s'agit d'établir des relations à long terme dans les affaires, il est dit que la confiance "est une variable clé lors de la structuration et le développement de tout échange relationnel" (Usunier et Lee, 2005, p. 495). Selon Usunier et Lee (2005, p. 481), la crédibilité est la base de la fiabilité dans les relations d'affaires.
Cependant, la confiance peut être retirée. Dans un contexte international, une des raisons sont que les différences culturelles conduisent à la méfiance(Usunier et Lee, 2005, p. 495).
En fait, d'un un point de vue interculturel, la confiance a beaucoup à voir avec la recherche de similitudes chez les gens d'autres cultures. Il suffit de penser à cette citation « quand les gens sont comme les uns les autres, ils ont tendance à s'aimer » (Tony Robbins). Lorsque nous découvrons la même chose dans les points de vue, les croyances, les valeurs, etc . - quand nous semblons partager une culture commune - nous avons naturellement confiance parce que nous n'avons pas perçu des éléments d'altérité. [LINK Unité 3 Module 1]

https://pixabay.com/de/images/download/railway-1758208_1920.jpg?attachment&modal (16.7.2020)

Fait intéressant, l'importance de la confiance comme valeur dans le monde des affaires builds un lien vers votre travail.

Pour vous, en tant qu'organisation bénévole ou association à but non lucratif qui souhaite vous internationaliser, il est très important d'être perçu de l'extérieur comme digne de confiance et cohérent dans les valeurs afin de pouvoir atteindre, par exemple, les parties prenantes, les partenaires, les bénévoles et les donateurs. C'est pourquoi vous devez être clair sur les éléments qui contribuent à une image positive de votre organisation.

Il peut être intéressant pour vous en tant qu'organisation voulant établir des contacts internationaux pour refléter de quelle manière vous pourriez façonner votre image interculturelle améliorant en même temps votre crédibilité et votre fiabilité de votre travail. Bien que vous puissiez hésiter à appliquer à votre organisation des stratégies similaires à celles désorganisations à but lucratif, parce que vous pouvez les voir comme une contradiction avec vos idéaux sociaux et les valeurs humanitaires, il peut être utile de jeter un coup d'œil à ces approches.

Comment pouvez-vous travailler sur votre image interculturelle?

Comment construire une image publique, est un vaste sujet qui ne peut pas être traité ici dans son exhaustivité. Ce que nous faisons ici est de donner quelques conseils et des points de départ pour une réflexion plus approfondie.

1. **Renforcer la confiance:** « Si les actions sont incompatibles avec les valeurs et la mission déclarées, cela se traduira par une image négative à long terme » (Missoni et Alesani, 2014, p. 370).
   Donc, travailler sur la définition de vos valeurs et de travailler sur votre mission en tant qu'organisation bénévole. Posez-vous les questions que Missoni et Alesani (2014, p. 370) suggèrent:
   - « Quelles sont les caractéristiques essentielles de l'organisation et de sa mission ?
   - Quelles sont ses valeurs, son positionnement social, son expertise et ses qualités ?
   - Quelles sont les représentations internes et externes de l'organisation ?
   - Quels sont les éléments qui rendent l'organisation une organisation et son expertise uniques ?
   - L'identité de l'organisation correspond-elle à l'image perçue à l'extérieur ?

   Par rapport à votre image interculturelle, demandez-vous :
   - Quels éléments pertinents pour l'image culturelle sont particulièrement importants ?
   - Les messages culturellement pertinents sont-ils communiqués assez clairement pour être perçus aussi par des partenaires d'autres cultures?
   - Nos messages signalent-ils le respect et l'appréciation de la diversité?
   - Notre organisation est-elle accessible pour les personnes ayant des handicaps physiques et mentaux?

2.Soyez transparent, soyez responsable (Missoni et Alesani, 2014, pp. 228f. et p. 374) : Pour voir ce que cela implique, vérifiez la Charte internationale de la responsabilité des organisations non gouvernementales https://s3.amazonaws.com/webprofile-ngos/Files/22/INGO-Accountability-Charter_en.pdf (consulté le 20.7.2020).
Là vous verrez également quels éléments sont importants à respecter lorsque vous souhaitez que votre organisation réponde aux valeurs de transparence et de responsabilité.

3. **Soyez visible:** La visibilité est « l'identité visuelle d'une organisation» (Missoni et Alesani, 2014, p. 371). Les éléments de l'identité visuelle doivent être:

- Reconnaissable
- Symbolique
- Cohérente
- Unique
- Appliqué systématiquement à tous les éléments de l'identité visuelle.

Un logo, les couleurs sociales et un système de polices sont des éléments qui contribuent à la création d'une identité visuelle (Missoni et Alesani, 2014, p. 371).
D'un point de vue interculturel, n'oubliez pas que les éléments contribuant à l'identité visuelle de votre organisation peuvent être interprétés différemment selon la perception spécifique à la culture.
Quels éléments doivent être traités avec soin d'un point de vue interculturel?

- Couleurs: les couleurs peuvent avoir des significations différentes dans différentes cultures. Voici quelques exemples (Usunier et Lee, 2013, p. 265)

Couleur	*Pays /Culture*	*Sens*
Blanc	Cultures occidentales	Pureté
	Cultures asiatiques	Mort
Rouge	Culture africaine	Deuil
	Culture chinoise	Chance
Violette	Quelques cultures catholiques occidentales et sud-américaines	Deuil
	États-Unis	Honneur

- Sons et dénomination : Lors du choix du nom de votre organisation, prenez en compte que toutes les combinaisons sonores ne sont pas également prononçables pour les locuteurs d'autres pays. Si votre organisation a déjà un nom, soyez préparé pour entendre une prononciation inhabituelle.
  Si vous cherchez un nom pour votre organisation qui devrait fonctionner à l'échelle internationale, voici quelques conseils (Usunier et Lee, 2013, p. 350f.; Luthe, 1994, p.88f.) :
  - Faites attention à choisir des combinaisons sonores faciles à articuler pour la plupart des citoyens.
  - Choisissez des mots plutôt courts qui sont faciles à retenir.
  - Si vous optez pour un acronyme, assurez-vous qu'il est celui qui fonctionne aussi pour les locuteurs d'autres cultures.
  - Vérifiez les significations doubles dans d'autres langues.
  - Considérez que tous les orateurs ne sont pas habitués à la même direction de lecture. Les locuteurs habitués à l'alphabet latin lu de gauche à droite, les cultures arabes, par exemple, sont utilisées de droite à gauche. Il en va de même pour l'interprétation d'images ou de symboles.

4. Créez votre réseau: Le réseautage est important pour améliorer votre visibilité et le making vous connu sous le nom d'organisation bénévole (Missoni et Alesani, 2014, p. 373). Comment pouvez-vous laisser votre réseau international croître?

- Recherchez des organisations travaillant à l'étranger, que ce soit dans votre pays ou à l'étranger, avec intérêts et valeurs similaires.
- Pensez à la meilleure façon de contacter des organisations intéressantes. Différentes cultures ont d'autres préférences de communication. Certains, par exemple certains pays méditerranéens, préfèrent la communication personnelle et verbale plus que d'autres.
- Recherchez des événements publics où vous pouvez rencontrer les intervenants.
- Organisez un événement où vous pouvez rencontrer des personnes ayant des intérêts similaires.

Pour plus de conseils s'il vous plaît regardez ici https://www.fundsforngos.org/featured-articles/7-steps-for-ngos-to-build-a-network/

Et

https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-591/COMMUNICATION%20AND%20NETWORKING%20FOR%20NGOs.htm

En résumé: Travailler sur l'image interculturelle est un processus que vous pouvez façonner. Une fois que l'image circule dans le monde, votre influence est limitée. Alors soyez conscient de la façon dont vous le façonnez. Les éléments abordés ci-dessus vous aideront à trouver votre chemin vers l'internationalisation.

RESSOURCES EXTERNES

Luthe, D. (1994). Relations publiques pour les organisationsnon-rentables. No Une aide de travail. Augsbourg: MaroVerlag.
Guide plus ancien, mais toujours valide sur les relations publiques dans le domaine à but non lucratif.

Missoni, E. et Alesani, D. (2014). Gestion des institutions internationales et des ONG. Londres et New York: Routledge.
Un aperçu complet des aspects importants liés à la gestion des organisations à but non lucratif.

Usunier, J.-C. et Lee, J.A. (2005). Marketing à travers les cultures. 4eth ed. , Édimbourg : Pearson Education Limited.
Un aperçu complet des sujets liés à la culture en théorie du marketing.

https://s3.amazonaws.com/webprofile-ngos/Files/22/INGO-Accountability-Charter_en.pdf
[Consulté le 20.7.2020]
Charte élaborée et signée par les membres de Accountable Now (www.accountablenow.org) , un membre aidant d'autres organisations à but non lucratif à être transparentes et responsables.

https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/image
[Consulté le 23.7.2020]
Encyclopedia en ligne pour les entreprises
https://www.drk.de/en/the-grc/partners-of-the-grc/the-international-red-cross/
[Consulté le 23.7.2020]
Page d'accueil de la Croix-Rouge allemande.

https://www.fundsforngos.org/featured-articles/7-steps-for-ngos-to-build-a-network/
[Consulté le 23.7.2020]
Une plate-forme pour recueillir des informations sur d'éventuelles collectes de fonds. Il offre également des outils pour rédiger des propositions, réseauter etc.

https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-591/COMMUNICATION%20AND%20NETWORKING%20FOR%20NGOs.htm
[Consulté le 23.7.2020]
Page d'accueil de Salto Youth, un projet de l'Union européenne - qui travaille dans le cadre des programmes Erasmus+ Youth et european Solidarity Corps offrant un soutien, des possibilités d'apprentissage avancé et de formation aux jeunes générations.

QUIZ

Quiz

Test you with this quiz

Module 4

unité d'apprentissage 1

CATÉGORIE

CTV – La qualité dans les projets de l'UE

COURTE DESCRIPTION

Cette section vous expliquera ce qui est la qualité dans le projet européen et pourquoi il est si important de l'exécuter. La devise du module est : FAIRE UN SAUT QUALITATIF

CONTENU DE LA FORMATION

La qualité est quelque chose qui est tout à fait clair pour tout le monde comme un concept général, mais il est difficile de la définir comme un principe et comme un outil opérationnel pour concevoir de bons projets. Dans ce chapitre, nous étudierons le concept de qualité et nous apprendrons comment il peut être appliqué aux projets européens.

Enrico Genovesi© projet FIAF-CSVnet « Beaucoup pour tout le monde. Voyage dans le bénévolat italien »

Module 4

Avant de commencer, il est important de définir comment nous utilisons le terme qualité dans la vie quotidienne, selon une définition google, la qualité est un nom qui indique:

1. Le standard de quelque chose tel que mesuré par rapport à d'autres choses d'un genre similaire; le degré d'excellence de quelque chose.

2. Un attribut distinctif ou une caractéristique possédée par quelqu'un ou quelque chose.

Déjà de ces deux définitions, nous pouvons souligner deux éléments importants de la qualité: La mesure, le concept d'excellence, un attribut distinctif.

Dans un projet, la qualité peut être définie comme :

« Un produit ou service qui peut fonctionner de manière satisfaisante et qui convient à ses objectifs »

Donc, à partir de cette définition, nous voyons que pour définir la qualité, nous avons besoin d'une compréhension claire de ce que nous voulons faire. Nous devons connaître les objectifs que nous devons atteindre, les résultats que nous voulons produire et l'objectif que nous devons atteindre par notre projet. Deux autres variables importantes doivent être considérées: La quantité de temps que nous avons et le nombre de ressources que nous pouvons utiliser. Il n'est pas possible de définir la qualité d'un projet si ces éléments ne sont pas clairs, et en même temps, nous pouvons dire qu'il n'y a pas de qualité sans un bon plan de projet et structure.

Quelques hypothèses avant de commencer

Gianmaria Capuano© projet FIAF-CSVnet « Beaucoup pour tout le monde. Voyage dans le bénévolat italien

Avant de commencer à décrire la qualité, nous devons aborder deux hypothèses importantes.

Première hypothèse : Un projet européen est avant tout un projet

Cela signifie que tous les éléments importants pour un projet local sont toujours valables pour le contexte international. L'analyse des besoins, la définition des objectifs, les résultats, les paquets de travail, les actions, les tâches, l'analyse des risques et d'autres étapes sont importants pour un projet local ainsi que pour les collaborations internationales.

Deuxième hypothèse : vous effectuez la qualité pour « un monde meilleur », les gens doivent bénéficier de la qualité de votre projet.

En commençant de l'idée que chaque projet est conçu pour ajouter un changement positif dans notre monde, nous pouvons analyser qui les principaux acteurs. Chaque projet financé par l'Union européenne, nous avons deux acteurs importants, trois si nous vous incluons comme un « partenaire ». Le sponsor est normalement la Commission européenne ou l'un de ces agences exécutives ,tels que l'EACEA ou une Agence nationale pour Erasmus+ et le Corps européen de solidarité. Le commanditaire est celui qui paie pour votre projet et agit, de certaines façons, en tant que client. Les cibles sont les personnes ou les groupes vers lesquels le projet viseà créer un changement positif.

- Le commanditaire vérifiera la qualité de votre projet.
- La cible bénéficiera de la qualité de votre projet.

Qu'est-ce que la qualité ?

Ennio Figini© projet FIAF-CSVnet « Beaucoup pour tout le monde. Voyage dans le bénévolat italien

Il est nécessaire de définir la qualité à ce stade. Dans les projets, le rôle de la gestion de la qualité du projet est de définir et d'affiner le concept de qualité d'un produit.

Le triangle de qualité

Le triangle de gestion de projet (également appelé triple contrainte, triangle de fer et triangle de projet) est un modèle des contraintes de la gestion de projet qui peut nous aider à comprendre ce qu'est la qualité.

Elle soutient que :

1. La qualité du travail est limitée par le budget, les délais et la portée (caractéristiques) du projet.
2. Le chef de projet peut échanger entre les contraintes.
3. Les changements dans une contrainte nécessitent des changements dans d'autres pour compenser ou la qualité en souffrira.

Par exemple, un projet peut être réalisé plus rapidement en augmentant le budget ou en réduisant la portée. De même, l'augmentation de la portée peut nécessiter des augmentations équivalentes du budget et du calendrier. Réduire le budget sans ajuster le calendrier ou la portée conduira à une qualité inférieure.

PORTÉE

Quoi qu'il en soit, même si elle nous aide à comprendre la qualité comme l'équilibre entre les contraintes. Le Triangle de gestion de projet est considéré comme insuffisant comme modèle de réussite du projet parce qu'il omet les dimensions cruciales de la réussite, y compris l'impact sur les parties prenantes, l'apprentissage et la satisfaction des utilisateurs.

COÛT

HEURE

Module 4

Dans cette unité, nous verrons plusieurs instruments, théories et approchees à la qualité, mais il est également important de préciser que la qualité est aussi un concept dynamique qui comprendla créativité, l'adaptabilité, l'analyse de contexte et de surveillance. La qualité peut également signifier que vous devez adapter le projet au fur et à mesure en raison de l'évolution des circonstances. Vous devez également constamment surveiller et adapter au besoin ce que vous mesurez.

L'infrastructure de qualité

Gianmaria Capuano© projet FIAF-CSVnet « Beaucoup pour tout le monde. Voyage dans le bénévolat italien

Une fois que vous avez une idée des différents concepts et piliers de votre projet, il est temps de mettre en œuvre un plan de gestion de la qualité du projet, qui est un document et un outil.

Pour ce faire, vous devez envisager trois outils.

Plan de qualité

Premièrement, déterminer les exigences relatives à la qualité de chaque livrable et à la façon dont le projet doit être géré pour répondre à ces exigences.

Il est vraiment important de décrire les normes de qualité de vos produits livrables et de le faire avec votre équipe et votre groupe cible si possible. Pour correctement analyser et s'assurer que les attentes de qualité du projet sont atteintes, il est nécessaire de fixer des objectifs concrets que le projet devrait atteindre. Vous devez mettre en place une série d'indicateurs à réaliser au cours de la période du projet.

Indicateurs et cibles

Un indicateur est une Variable qui est normalement utilisée comme point de repère pour mesurer les extrants des programmes ou des projets. C'est « cette chose » que nous devons chercher à évaluer si notre projet va dans la bonne direction et si elle a le bon impact. C'est vrai sur la base de indicateurs que des preuves peuvent être construites sur l'impact de toute entreprise.

Vous pouvez également trouver ce KPI – Qui sont-ils

Définition de l'indicateur de performance clé (Key Performance Indicator) (INDICATEUR de performance)

Un indicateur clé de rendement est une valeur mesurable qui démontre l'efficacité avec laquelle une entreprise atteint ses objectifs commerciaux clés. Les organisations utilisent les indicateurs de rendement clés à plusieurs niveaux pour évaluer leur succès à atteindre des cibles. Les indicateurs de performance clés de haut niveau peuvent se concentrer sur le rendement global de l'entreprise, tandis que les indicateurs de performance clés de bas niveau peuvent se concentrer sur les processus dans des ministères tels que les ventes, le marketing, les RH, le soutien et d'autres.

Il pourrait y avoir deux types d'indicateurs différents : qualitatif et quantitatif.

D'une part, les indicateurs quantitatifs sont ces intrants mesurables qui vous permettront d'analyser la qualité du projet. Ces indicateurs seront réalisés pendant toute la durée de la mise en œuvre du projet. D'autre part, nous pouvons trouver des indicateurs qualitatifs, qui ne peuvent pas être mesurés quantitativement mais reflètent également les niveaux de qualité des activités et des produits du projet.

Le plan comprendra ces détails ainsi que des mesures pour mesurer la qualité tout en gérant le projet. Cela devrait inclure une liste de contrôle de qualité pour recueillir et organiser les marques que vous devez atteindre pendant le projet.

Le plan de qualité comprend tous les processus qui sont importants pour vous assurer de livrer les produits appropriés. Le contenu du plan de qualité doit être **documenté, convenu** et **compris**. Le plan devrait comprendre les renseignements suivants :

- Vos objectifs et objectifs de qualité,
- L'approche et les processus de qualité à suivre,
- Normes de qualité par lesquelles le projet sera mesuré,
- Les activités liées à la qualité à effectuer,
- Les outils de qualité que vous utiliserez,
- Les rôles et responsabilités de qualité que vous allez déployer.

Ce plan de qualité devient la feuille de route pour la façon dont les normes de qualité seront atteintes.

Assurance qualité

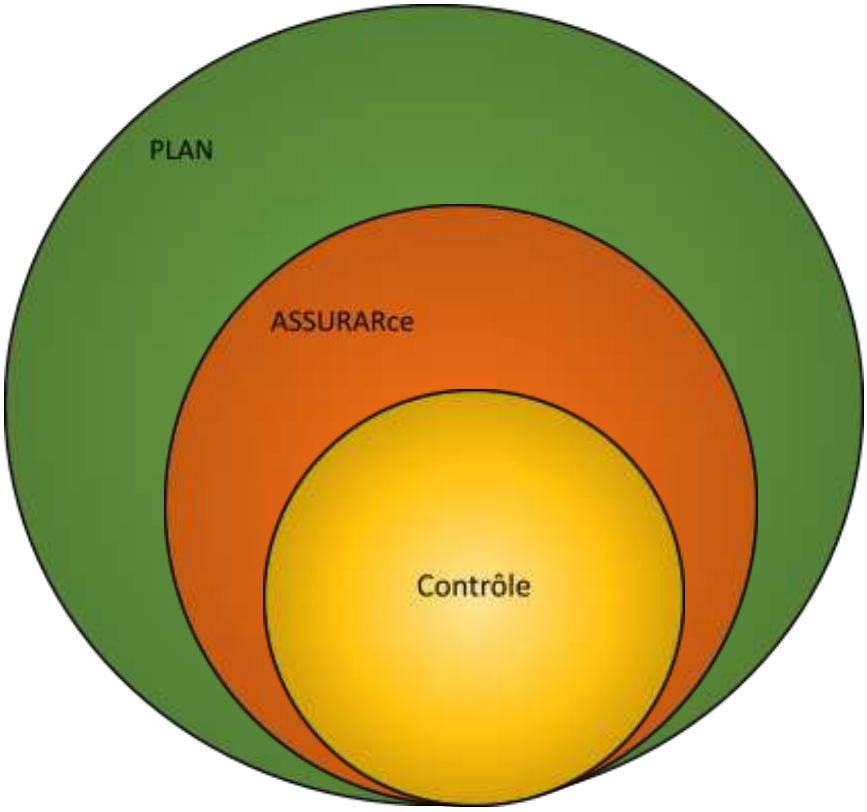
L'assurance de la qualité peut être définie comme « faisant partie de la gestion de la qualité axée sur la confiance que les exigences de qualité seront remplies ». Nous devons assurer la qualité de notre projet avec différents publics, en interne et externe.

En interne c'est l'équipe de projet, et l'externe se réfère aux parties prenantes, les utilisateurs et les partis tiers.

Utiliza la garantía de calidad para asegurarte de que tus procesos están funcionando para que los productos cumplan con los requisitos de calidad. Dos formas de lograrlo son el uso de una lista de verificación de procesos y una auditoría del proyecto.

Contrôle de la qualité

Pour être sûr et conscient du projet en cours il est importation d'avoir des procédures de contrôle, de parler, de partager, de s'assurer que les règles sont respectées et que la qualité attendue est respectée. Certaines façons de s'assurer que la qualité requise des produits livrables est obtenue est par le biais d'examens par les pairs et de tests.
Dans un projet, il est important de nommer quelqu'un responsable de cela. Le partenaire ou la personne raisonnable pour le contrôle de la qualité doit suivre les réalisations et les retards possibles. Pour effectuer le plan de qualité de contrôle de la qualité et l'assurance de la qualité sont fondamentaux.



La qualité est un objectif, mais c'est aussi un processus. Il est essentiel de vérifier la qualité des livrables pendant le processus de gestion de projet afin d'ajuster les produits livrables s'ils ne répondent pas aux normes qui ont été établies. Cela peut être fait à la fin du projet, mais il n'est pas aussi efficace de refaire plutôt que de se réajuster.

Le plan de qualité comprend l'assurance qui inclut le contrôle.

Module 4

Qualité dans la planification des projets

Gianmaria Capuano© projet FIAF-CSVnet « Beaucoup pour tout le monde. Voyage dans le bénévolat italien

La qualité n'est pas quelque chose qui commence lorsque la proposition est approuvée, c'est l'équilibre de toute votre activité de projet. Elle commence dans l'idéation du projet et elle se termine par le suivi. Voici quelques conseils sur les choses que vous devriez ou ne devriez pas faire quand il s'agit de créer un projet européen de bonne qualité :

1. Vérifiez votre idée avec le groupe cible

L'idée doit être une solution à un problème, pas seulement une théorie. Comment avez-vous trouvé le problème et vous êtes-vous préparé ?

La solution? Vérifiez auprès d'un petit groupe d'utilisateurs si votre idée peut être une valeur ajoutée pour la mise en œuvre de votre projet.

2. Gardez toujours le guide du programme avec vous

L'un des premiers critères de qualité de votre proposition est d'être conforme auxiant exigences de subvention ou aux lignes directrices du programme.

3. Sélection des bons partenaires

La sélection des partenaires est vraiment importante. Chaque partenaire doit être essentiel. Comment les avez-vous choisis et pourquoi ? Cela doit être transparent et détaillé dans la proposition.

4. Examiner les résultats attendus en termes d'indicateurs

Dans la phase de planification, il est important de concevoir chaque résultat et de le décrire à l'aide d'indicateurs. Ces indicateurs seront utiles pour évaluer la réalisation des objectifs et la qualité du projet.

5. Analyser les tâches

Chaque partenaire aura des tâches spécifiques. Quelles seront ces tâches et pourquoi sont-elles données à chaque partenaire? Comment communiquerez-vous? Les partenaires ont-ils les connaissances, les compétences et l'approche nécessaire pour la mise en œuvre du projet?

6. Concentration sur la communication et la dissémination

La communication complète est la clé d'un partenariat réussi. Votre proposition doit inclure tous les détails concernant les communications entre les partenaires, les formateurs et les stagiaires ainsi que les utilisateurs en général. La diffusion des résultats doit également être envisagée et expliquée.

7. Expliquez votre stratégie de mise en œuvre

Une stratégie claire sur tout ce qui se passera pendant le processus de mise en œuvre du projet. Ce sera le point le plus important du plan de qualité car il montrera comment la qualité sera atteinte.

8. Planifier et gérer le temps correctement

Connaissant chaque étape du chemin, chaque heure qui sera consacrée à la mise en œuvre de vos projets. Chaque petit détail. Planifier à l'avance vous aidera à gagner beaucoup de temps et bien sûr, éviter tout faux pas ou des situations inattendues et désagréables.

9. Évaluer et gérer le risque

Un bon plan d'assurance de la qualité doit être en mesure de faire face aux risques qui pourraient se produire. La préparation est tout alors assurez-vous que votre plan de qualité analysera tous les risques possibles et donnera des solutions à chacun de ces risques.

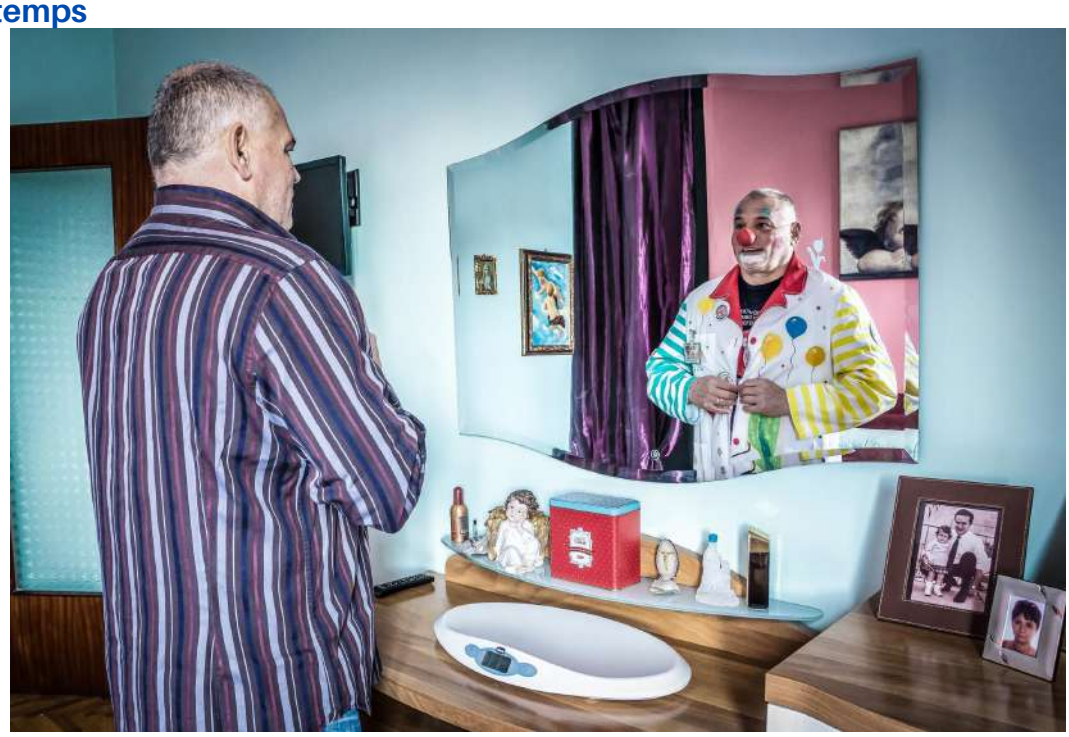
10. N'épargnez pas de détails

Même si vous pensez qu'un détail spécifique pourrait ne pas être aussi important que d'autres, les inclure de toute façon. Chaque détail compte. Ne faites pas l'erreur de penser que l'exclusion des détails pourrait ne pas nuire à votre plan d'assurance de la qualité.

11. N'oubliez pas de vérifier deux fois

C'est une erreur courante de ne pas doubler ou même tripler le plan d'assurance de la qualité. Oui, vous avez passé de longues heures à l'écrire et oui vous avez fait en sorte que tous les détails sont corrects, mais cela ne signifie pas que vous ne devriez pas vérifier encore et encore.

Gestion du temps



Massimo Alfano© projet FIAF-CSVnet « Beaucoup pour tout le monde. Voyage dans le bénévolat italien

Comme nous le savons, un projet est une série d'actions dans un laps de temps limité. Une gestion du temps est un aspect clé de la qualité de votre projet. Nous pouvons décrire la gestion du temps comme « le processus de planification et d'exercice du contrôle conscient du temps consacré à des activités spécifiques, en particulier pour accroître l'efficacité, l'efficience ou la productivité ».

« Un graphique Gantt, ou harmonogramme, est un type de graphique à barres qui illustre une planification de projet. Ce graphique répertorie les tâches à effectuer sur l'axe vertical et les intervalles de temps sur l'axe horizontal. La largeur des barres horizontales du graphique indique la durée de chaque activité. Les graphiques Gantt illustrent les dates de début et de fin des éléments terminaux et les éléments récapitulatifs d'un projet.

De Wikipédia

Pour avoir une bonne gestion du temps, vous devez :

Dans la phase de **planification de projet**:

- planifier à l'avance le temps dont vous avez besoin pour chaque tâche
- attribuez toujours le temps maximum possible pour chaque tâche, être généreux dans l'allocation du temps, mieux être à l'avance qu'en retard
- utilisez un graphique Gantt pour voir toutes vos actions dans le projet

Dans la **phase de gestion** de projet :

- utilisez votre graphique Gantt pour suivre le calendrier du projet, mais sachez que les choses changent et vous devrez sûrement fixer de nouvelles échéances internes, respecter les jalons et faire preuve de souplesse dans l'organisation interne du travail
- malgré l'incertitude et les changements, soyez clair avec vos partenaires et vos utilisateurs ou groupe cible que le respect des délais fait partie de la fiabilité
- le chef de projet et la qualité de groupe doivent respecter les délais et les objectifs

Dans la **phase de rapport :**

- si vous modifiez votre horaire au cours de la durée de vie du projet, vous devrez probablement l'expliquer à vos donateurs. Vous devrez démontrer pourquoi vous avez dû changer votre plan et comment vous avez maintenu les objectifs et les normes de qualité.

Évaluation

Laura Mosso© projet FIAF-CSVnet « eaucoup pour tout le monde. Voyage dans le bénévolat italien

Module 4

L'évaluation est strictement liée à la qualité. Vous ne pouvez déterminer la qualité si vous n'évaluez pas sur une base régulière votre projet. Pour veiller à ce que toutes les priorités et indicateurs de qualité soient respectés, un processus d'évaluation doit être effectué à l'interne pendant la durée du projet. Ce processus doit être détaillé, évalué et modifié si nécessaire au cours de la durée de vie du projet.

Plus concrètement, l'évaluation se concentre sur :

- Analyser les différents aspects inclus dans ce plan de qualité pour s'assurer que tous les indicateurs de réussite sont réalisés.
- Production d'outils spécifiques pour évaluer l'élaboration du projet, y compris des questionnaires internes et des outils pour évaluer les événements et les pilotes. Quelques exemples de questionnaires peuvent être trouvés dans la boîte à outils.
- Tirer des conclusions et faire des recommandations en fonction des indicateurs et des commentaires recueillis lors de l'évaluation.
- Implémentez les modifications si nécessaire.

Groupe de surveillance de la qualité

Roberto Testini© projet FIAF-CSVnet « Beaucoup pour tout le monde. Voyage dans le bénévolat italien

Afin de s'assurer que toutes les actions de suivi sont respectées par tous les partenaires du consortium, un représentant par organisation partenaire sera inclus dans l'équipe de suivi de la qualité, composée d'un responsable de la qualité, de responsables des résultats (personnes responsables de produits livrables spécifiques) et d'autres partenaires.

Le responsable de la qualité est responsable de :

- Effectuer le questionnaire d'évaluation final des produits livrables.
- Assurez-vous que les livrables sont soumis dans les délais impartis.

Les dirigeants des résultats sont responsables de :

- Définir la méthodologie à mettre en œuvre dans le résultat.
- Diriger et guider les autres partenaires pour effectuer les activités.
- Examiner les commentaires reçus des partenaires.
- Effectuer l'examen final et la relecture des produits livrables.
- Assurez-vous de livrer le document dans les délais impartis.

Les partenaires sont responsables de :

- Effectuer des activités à temps et avec une qualité spécifiée.
- Passez en revue l'ébauche finale des livrables.

OUTILS

Mario Furlan© projet FIAF-CSVnet « Beaucoup pour tout le monde. Voyage dans le bénévolat italien

Module 4

Maintenant, vous avez un cadre général de ce qui est la qualité et pourquoi il est important. Comme vous l'avez vu, la qualité est liée à tous lesaspects de votre projet et à tous les sujets impliqués. C'est un concept dynamique qui doit êtreconstamment racké et évalué. Pour cette raison, nous vous proposons quelques outils et instruments pour assurer la qualité de votre projet. Nous pouvons trouver ces outils dans notre boîte à outils CTV –

RESSOURCES EXTERNES

- https://www.klipfolio.com/resources/articles/what-is-a-key-performance-indicator

- https://www.projectmanager.com/blog/project-quality-management-quick-guide

- https://en.wikipedia.org/wiki/Project_management_triangle

-https://intercom.help/volunteerworld/en/articles/376437-how-to-guarantee-the-high-quality-of-volunteer-organizations

QUIZ

Quiz

Test you with this quiz

Module 5

unité d'apprentissage 1

CATÉGORIE

Outils TIC pour la mise en œuvre et la gestion de projets européens

COURTE DESCRIPTION

Les projets, cofinancés par l'Union européenne, sont devenus un élément durable qui soutient le développement économique et social.

Il existe une variété de programmes et de projets européens. Il est vraiment important de choisir la bonne méthode de planification et la bonne gestion de ces entreprises.

CONTENU DE FORMATION

La gamme d'outils informatiques disponibles pour soutenir la gestion de projet est très vaste. Pratiquement pour chacun des domaines de gestion il ya au moins une douzaine d'alternatives disponibles. Ces outils diffèrent par exemple en termes de fonctionnalité, de façon partagée (programmes de bureau installés sur un ordinateur personnel) ou de licence (différents types de freeware, shareware, open-source, commercial).

Introduction au système de gestion des projets

Un système de gestion de projet est un moyen de gérer un projet. La gestion de projet est la planification, l'organisation et la gestion des différents aspects requis. Selon la sophistication du système de gestion de projet, il peut comprendre : les activités d'estimation, la gestion de la qualité, le contrôle des changements, l'allocation des ressources, la planification, le contrôle des coûts, la gestion des décisions et la gestion budgétaire.

Il existe deux catégories de système de gestion de projet : les applications logicielles de gestion de projet (Monday, SLACK, AdminProject, Wrike, Trello, etc.) et les applications logicielles générales (feuilles de calcul, bases de données, édition graphique et traitement de texte)

Avantages de la gestion de projet :

- une plus grande efficacité dans la prestation des services,
- l'amélioration, la croissance et une plus grande satisfaction de la clientèle,
- une plus grande efficacité dans la prestation des services,
- l'amélioration de la croissance et du développement parmi les participants au projet,
- l'atteinte d'une position élevée sur le marché; avantage concurrentiel,
- la possibilité d'élargir et de développer les services,
- plus de flexibilité,
- une meilleure communication entre les membres individuels de l'équipe de projet,
- qualité accrue,
- l'application des normes de gestion de projet permet aux personnes impliquées dans le travail de projet de penser de façon créative.

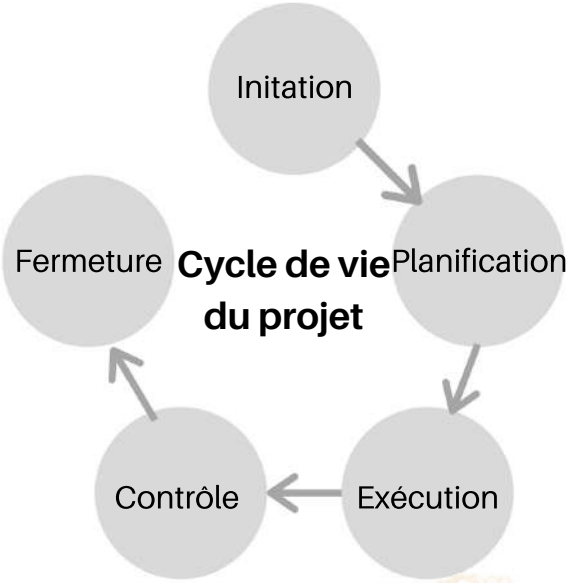
Planification de la structure, de la méthodologie et des ressources du projet

La gestion de projet est un processus dans lequel le chef de projet effectue une planification et un contrôle ciblé des tâches du projet et répartit les ressources disponibles pour le projet en utilisant les techniques et les méthodes appropriées afin de répondre aux exigences imposées dans un délai déterminé et à un coût déterminé.

Module 5

Le modèle de cycle de gestion de projet (PMLC) est un ensemble de processus qui consiste en :

- **Initiation au projet** - L'objectif de la phase d'initiation est de décider de la mise en œuvre du projet et d'allouer lesressources nécessaires à cet effet. À cette étape, vous devez élaborer une analyse de rentabilisation, identifier les parties prenantes, établir la charte du projet, examiner le projet pour la prochaine phase, etc.,
- **Planification du projet** - Définir les objectifs détaillés, la portée et le plan de mise en œuvre du projet. À ce stade, vous devez fixer des objectifs et des objectifs, créer un calendrier de projet et des jalons, définir une portée de projet, identifier et rencontrer les parties prenantes pour approbation, etc.,
- **Exécution du projet** - Dans la phase de mise en œuvre, la chose la plus importante est de gérer efficacement l'équipe de projet. À ce stade, vous devez développer le produit, le service ou les résultats et présenter la version finale au client.
- **Surveillance et contrôle des projets** - La surveillance et le contrôle des projets sont essentiels à la réussite d'un projet, à ce stade, vous pouvez suivre, examiner et réglementer l'avancement de votre projet.
- **Fermeture du projet** – Dans cette phase, vous devez vous assurer que tous les travaux nécessaires ont étéeffectués et achevés et que les objectifs ont été atteints, et recueillir les conclusions et les commentaires du projet afin de les utiliser pour des travaux ultérieurs. Le projet final à ce stade doit être livré et accepté par les clients.



Outils en ligne pour soutenir la gestion de projet

Les outils de base sont la planification d'outils de support (établissement d'étapes importantes, création d'une liste de tâches divisées en tâches détaillées), les graphiques Gantt utiles à la fois au stade de la planification et de la mise en œuvre, les outils utiles dans l'échange d'idées en équipe (flux d'activités, forum, chat, flux), les outils de gestion des connaissances (wikis, documents, forum), les outils de contrôle du temps et de la productivité, les outils de gestion des erreurs dans les projets informatiques (reporting, suivi, réparation) et les outils de présentation des effets de projet.

Voici quelques exemples d'outils en ligne qui soutiennent la gestion de projet :

- **AdminProject** - est une plateforme de gestion de projet qui a été conçue en présentant les exigences spécifiques des projets financés par l'UE. Il s'agit d'une plateforme de collaboration qui met tous les outils dont vous avez besoin pour reproduire votre projet dans un espace de travail en ligne,
- **Basecamp** - Une plate-forme où nous pouvons mettre en œuvre certains projets plus ou moins étendus avec notre équipe. Cette solution offre de vastes possibilités de planification, de délégation de tâches et de suivi de leur mise en œuvre.
- **Microsoft Project** - Une application soutenant la gestion des projets, des ressources, du temps et des finances de projet. Il s'agit d'un outil avancé et populaire offrant des fonctions de reporting, des interfaces étendues pour gérer des aspects importants du projet,
- **Monday** - Monday.com est une plate-forme de gestion des projets et des tâches quotidiennes, ce qui améliore le fonctionnement de l'équipe. Cet outil très intuitif permet à ses utilisateurs de gérer leur travail, d'avoir un aperçu des délais et de construire une culture de travail basée sur la transparence. Sur la plate-forme, vous pouvez voir l'avancement de votre travail et les étapes que vous devez prendre pour faire avancer votre projet.
- **SLACK** - Un service Internet gratuit basé sur le cloud contenant un ensemble d'outils et de services pour le travail d'équipe créé sur la base de la plateforme de programmation Electron. L'application agit en tant que communicateur internet permettant la communication texte et voix avec la possibilité d'envoyer du multimédia,
- **Trello** - Les tableaux, listes et graphiques trello vous permettent d'organiser et de classer les projets de manière accessible, flexible et pratique,

Module 5

Source: https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/ankieta-biurko-dane-diagram-669615/

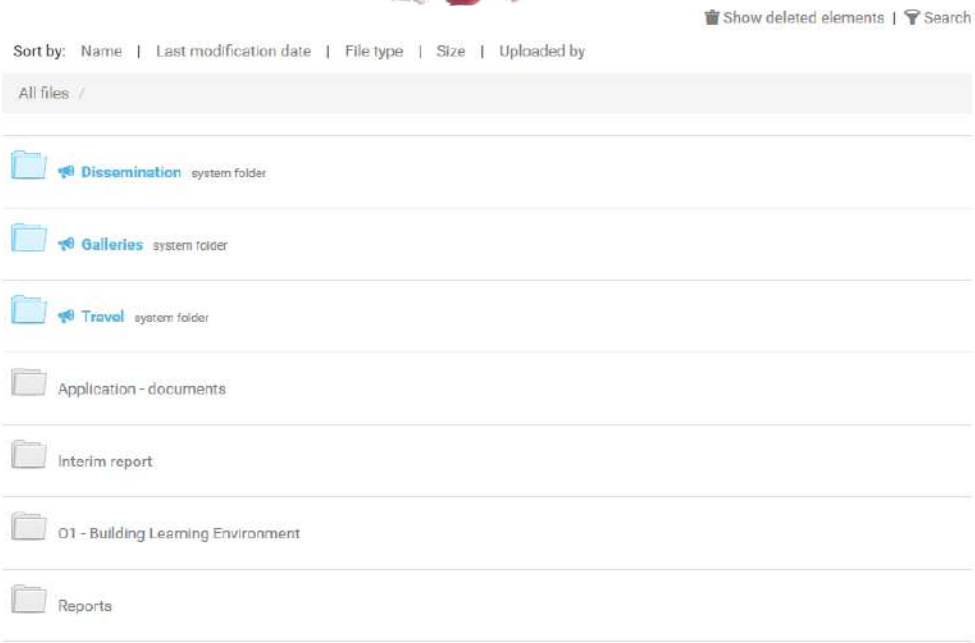
Fonctionnalités des outils disponibles

Admin Project

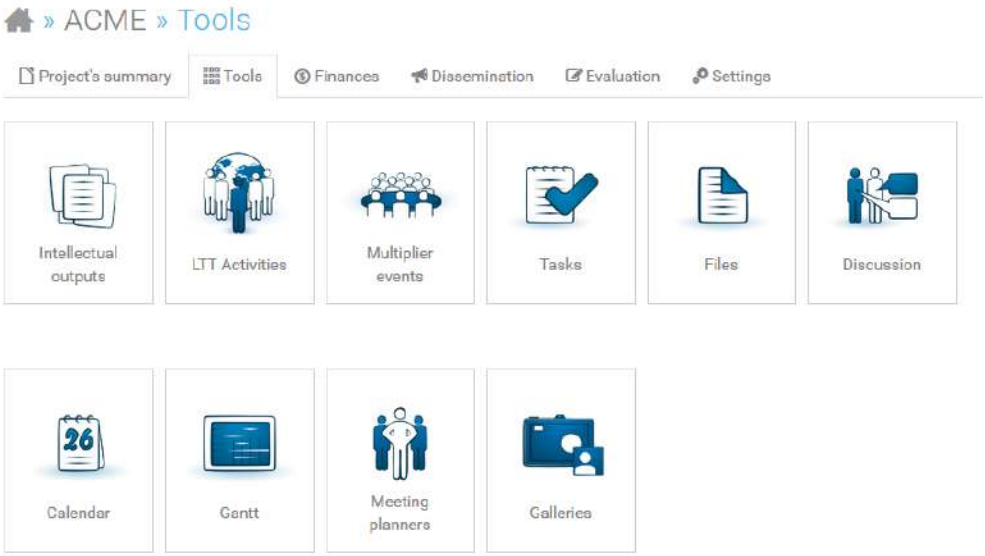
AdminProject vous permet de :

- **Travail de délégation, de planification et de contrôle** - Chaque utilisateur utilisant AdminProject peut affecter une tâche dans le projet à une autre personne ou à un groupe de personnes. Vous pouvez définir un terme, connecter des fichiers, choisir à quel WP ou IO la tâche appartient. La gestion des tâches vous permet de suivre les progrès et de contrôler la **qualité** du travail effectué.

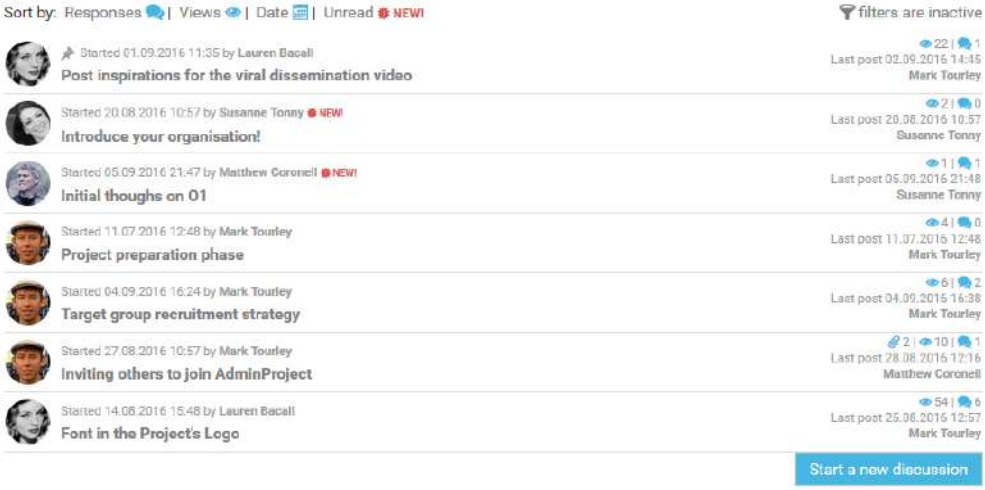
- **Partagez des fichiers et mettez de côté les problèmes de sécurité** - Vous pouvez créer un nombre illimité de dossiers pour aider à organiser votre travail. Filtrer et rechercher des fichiers en fonction de plusieurs critères, ainsi qu'une option de version qui vous donne accès aux versions précédentes des fichiers. **Tous les fichiers sont protégés**, et vous pouvez même en toute sécurité annuler la suppression les fichiers perdus.



- **Reflètez votre proposition de projet en un rien de temps** - Vous pouvez utiliser des outils comme les extrants intellectuels ou les packages de travail pour avoir toutes vos activités et responsabilités de projet en un seul endroit. Ici, vous pouvez remplir tous les détails tels que les activités, les langues, etc. En fournissant par exemple la liste des extrants intellectuels, vous avez la possibilité de lier des tâches spécifiques à des IO donnés.



- **Discutez, commentez et fournissez des commentaires** - La section « Discussions » vous permet de discuter librement de tout ce qui se trouve dans le projet. Les sujets les plus importants peuvent être épinglés, de sorte qu'ils apparaîtront toujours en haut de tous les autres fils de discussion. Les messages non lus sont mis en surbrillance, de sorte que vous savez immédiatement dans quel sujet il y a de nouvelles réponses depuis votre dernière visite!



- **Choisissez les dates convenues d'un commun accord pour les événements** - Planificateurs de réunions - une section où les partenaires peuvent remplir leur disponibilité pour divers événements. Tout ce que vous devez faire est de fournir des dates qui vous conviennent, puis demander aux membres de votre équipe de projet de marquer leur disponibilité dans un rayon de quelques jours. Une vue rapide sur les résultats et vous savez immédiatement quelles dates sont appropriées.

- **Gérez vos dépenses de personnel sans effort supplémentaire** - En tant que coordinateur, dans la fonction Feuilles de temps, vous devez définir les partenaires du projet et leurs tarifs quotidiens et demander aux autres de remplir leurs propres fiches de temps. Lorsque le moment de signaler vient, vous pouvez simplement appuyer sur un bouton vert pour obtenir un bon rapport. En prime, si vous avez plus d'un projet dans le système, vous pouvez automatiquement vérifier si vous n'avez pas mis par erreur la même date dans deux projets ou plus.

Timesheet for Susanne Tonny

Period	09.2016

Activities

Date	IO	Activities	Days
01.09.2016	O1	Working on the Research Plan	0.25
02.09.2016	O1	Preparing research questionnaire (draft)	0.25
05.09.2016	O1	Implementing partners' feedback to the questionnaire	0.5
		Total days:	**1**

Add a new activity

- **Organiser vos activités de diffusion** - La fonction de diffusion vous permet de signaler vos activités de diffusion, d'ajouter des preuves (comme des photos ou des scans) et de décrire ce qui a été fait. À n'importe quel moment, vous pouvez générer un rapport, qui contiendra toutes les actions par partenaire, présenté dans un fichier Word.

Activity name: Distribution of leaflets and brochures in Centras Madrid

Who?	B&P	**Level?**	Regional
How?	Event	**Where?**	Madrid
When?	02.09.2016	**# of people?**	94

Activity description (please include activity URL if relevant)

The file attached is a list of people present and reached by this dissemination action.

Target groups

Beneficiaries of other projects

Impact of the activity

Impact of this activity was quite big, as Centras Madrid is an umbrella organisation and will pass the information about the project on to its members.

Feedback received

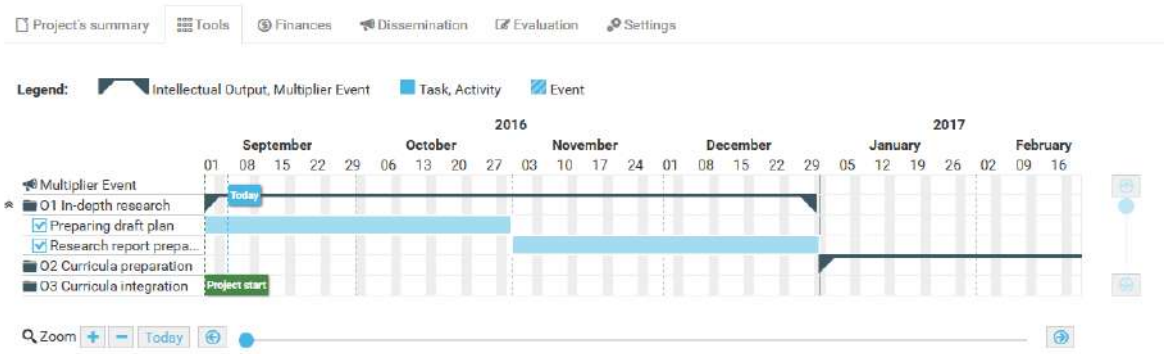
Feedback received was very positive with collaboration ideas for the future.

Evidence

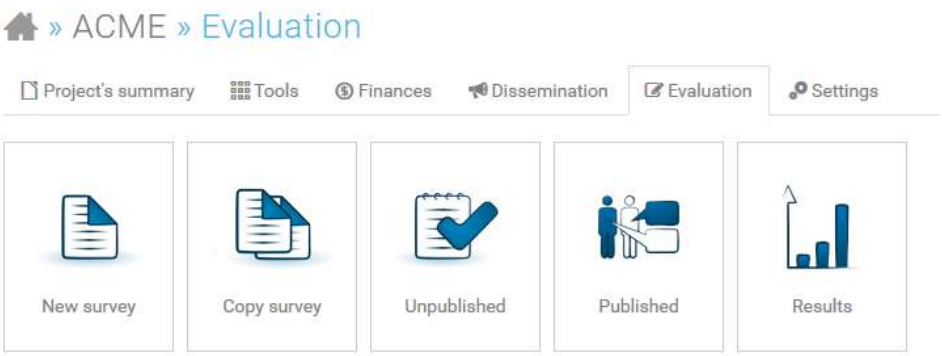
B&P_Participants1.txt

Upload evidence

- **Mises à jour instantanées sur la chronologie du projet** - Calendrier vous donne la possibilité d'ajouter divers événements, jalons ou dates limites pour les livrables. En prime, vous pouvez superposer les calendriers de plusieurs projets que vous gérez, de sorte que tous les conflits seront visibles immédiatement.



- **Obtenez des commentaires d'autres personnes en un seul endroit** - Le module d'évaluation est utile dans chaque projet. Ce module vous permet de créer des enquêtes, avec plusieurs types de questions, puis d'inviter vos utilisateurs à les remplir (internes et externes). Les sondages répétitifs, par exemple les questionnaires d'évaluation de réunion, peuvent être facilement dupliqués et adoptés, sans tout remplir.



- **Découvrez d'innombrables possibilités de personnalisation** - L'espace de travail AdminProject peut être fortement personnalisé. Si vous avez un projet Erasmus+ KA2 , vous aurez besoin de sorties intellectuelles, mais vous pouvez également avoir un projet avec Work Packages. Vous pouvez avoir des LTTA et des événements multiplicateurs – tout est à vous. Chaque projet est différent, vous pouvez donc ajuster les modules/fonctions spécifiques dont votre projet a besoin. Ce n'est pas une affaire unique, vous pouvez activer et désactiver les fonctions quand vous voulez!

Customise your project

Make AdminProject fit your original proposal! You're just a few clicks away from tailoring **ACME** according to your preferences!

General | Available modules

Feature	Description
Work packages (currently disabled)	Work packages are known from the "old" LLP programmes (calls up to 2013) and from current centralised Erasmus+ programmes like KA2 Strategic Skills Alliances or KA2 Strategic Partnerships
Intellectual outputs / activities (currently enabled)	Intellectual outputs are basically saying the most important results of your projects. Enable it if you have them in your KA2 proposal (hint: the names are following: O1, O2, O3 and so on).
Multiplier events (currently enabled)	Multiplier events exist in KA2 calls and are used to spread the information about Intellectual Outputs. Their names in Erasmus+ proposals are E1, E2, E3 and so on. Enable this feature if you've planned them in your proposal.
Learning/Teaching/Training Activities (currently enabled)	These activities (in Erasmus+ KA2 calls they are referred to as C1, C2, C3 and so on) are used to seize the opportunity of mutual learning of all people involed in the project. Enable this feature if applies.
Activities (General) (currently disabled)	Activities with flows in KA1 relate to mobility activities (A1, A2, A3 and so on).

Save options

- **Utilisez AdminProject sans votre navigateur Web** - Le module d'intégration de messagerie vous permet d'accomplir plusieurs tâches en utilisant uniquement votre e-mail, également à partir d'un smartphone, d'une tablette ou de tout autre appareil que vous utilisez. Vous pouvez ajouter un commentaire ou participer à la discussion simplement en répondant par e-mail. Vous pouvez recevoir vos tâches par e-mail et même télécharger un fichier en l'envoyant comme pièce jointe. Toutefois, si vous ne l'aimez pas, vous pouvez l'éteindre à tout moment.

Reply | Reply All | Forward

Mon 2016-09-05 14:16

AdminProject <info@adminproject.eu>

[ACME] - Susanne Tony posted a message in RE: Introduce your organisation!

To Matthew Coronell

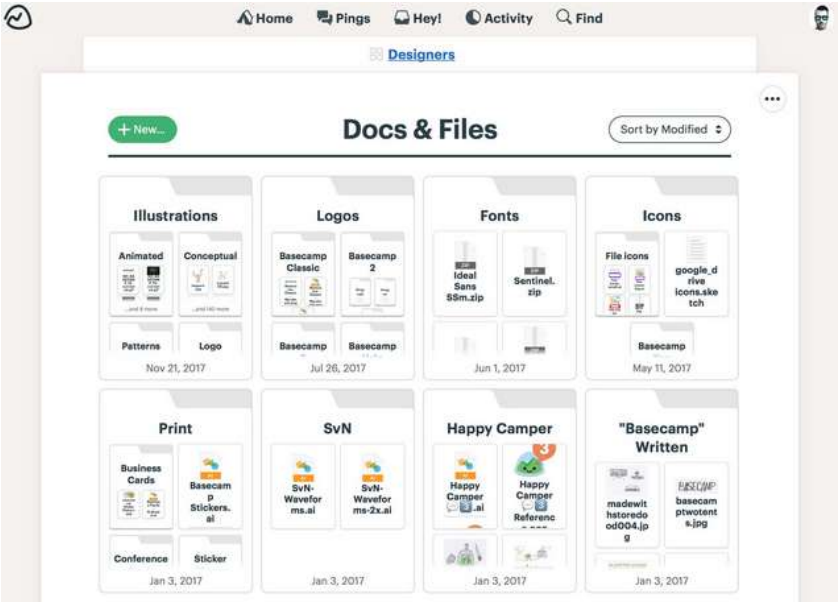
*** Please reply ABOVE this line to add your message to AdminProject ***

Susanne Tony posted a new message:
Hello Partners,
Please let us know in details what your organisations are doing apart from our project of course! ☺

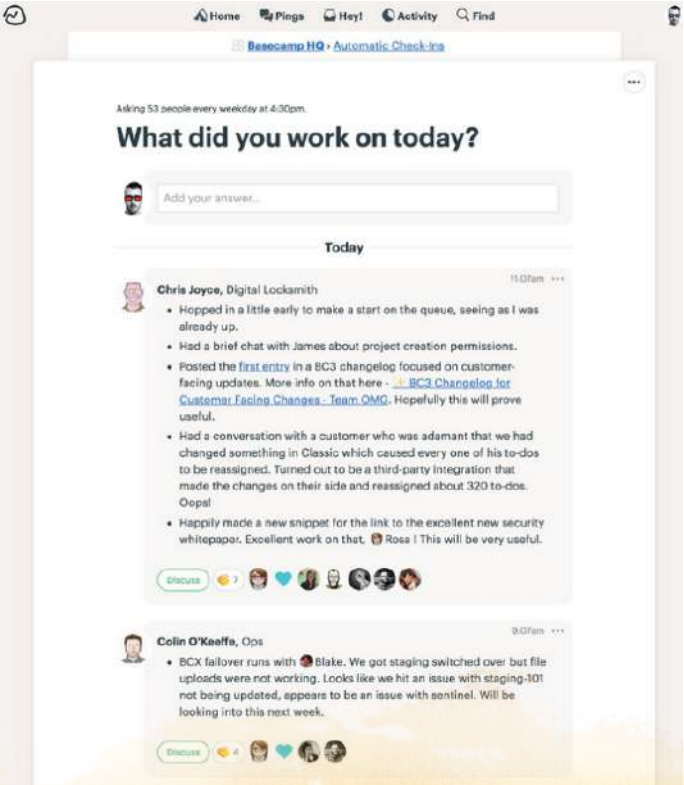
*This e-mail was sent to you by **AdminProject** according to your settings. You can adjust them here.*

Basecamp

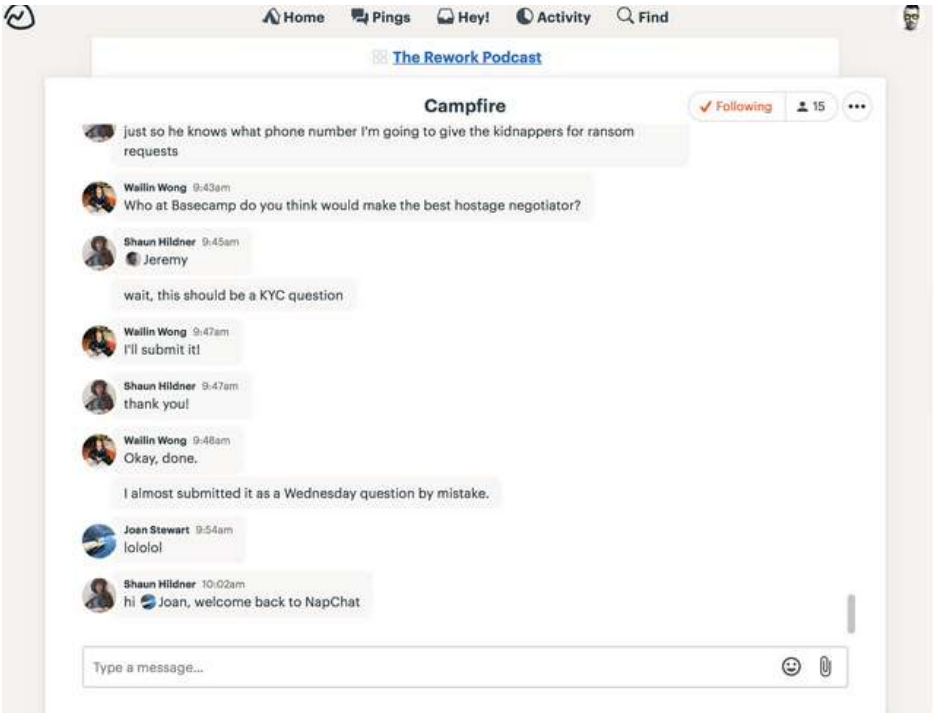
- **Documents & Stockage de fichiers** - Espace pour partager des documents, des fichiers et des images. Chaque utilisateur peut connecter des documents Google et en discuter dans Basecamp, chaque fichier contient l'historique complet de la version. Il est possible de modifier l'ordre des fichiers.



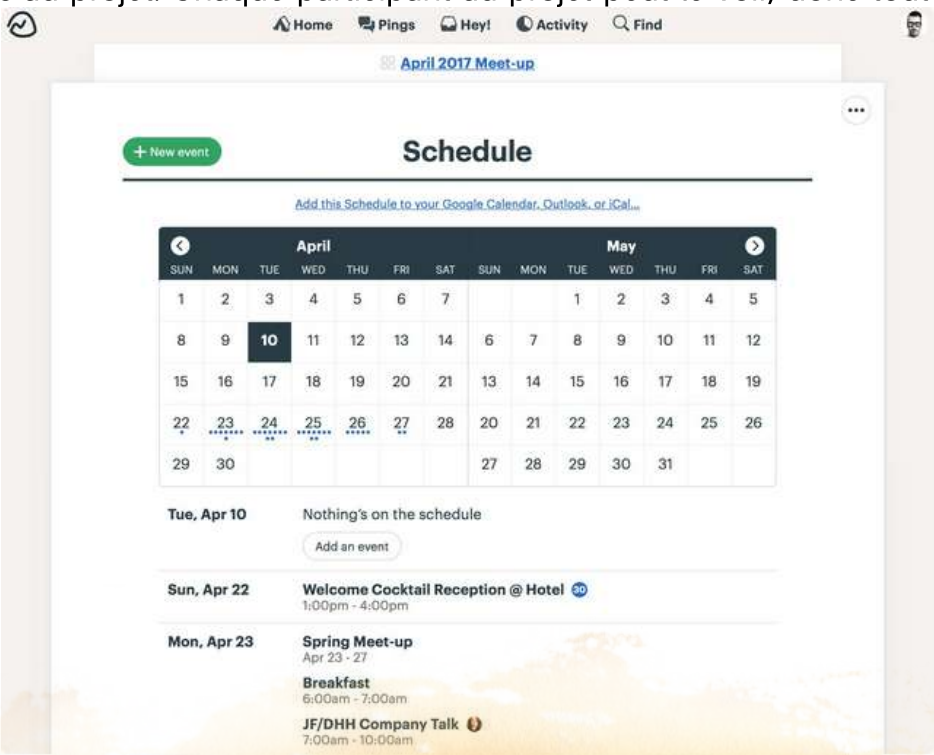
- **Questions d'enregistrement** - Capacité de poser des questions à l'équipe en un seul fil.



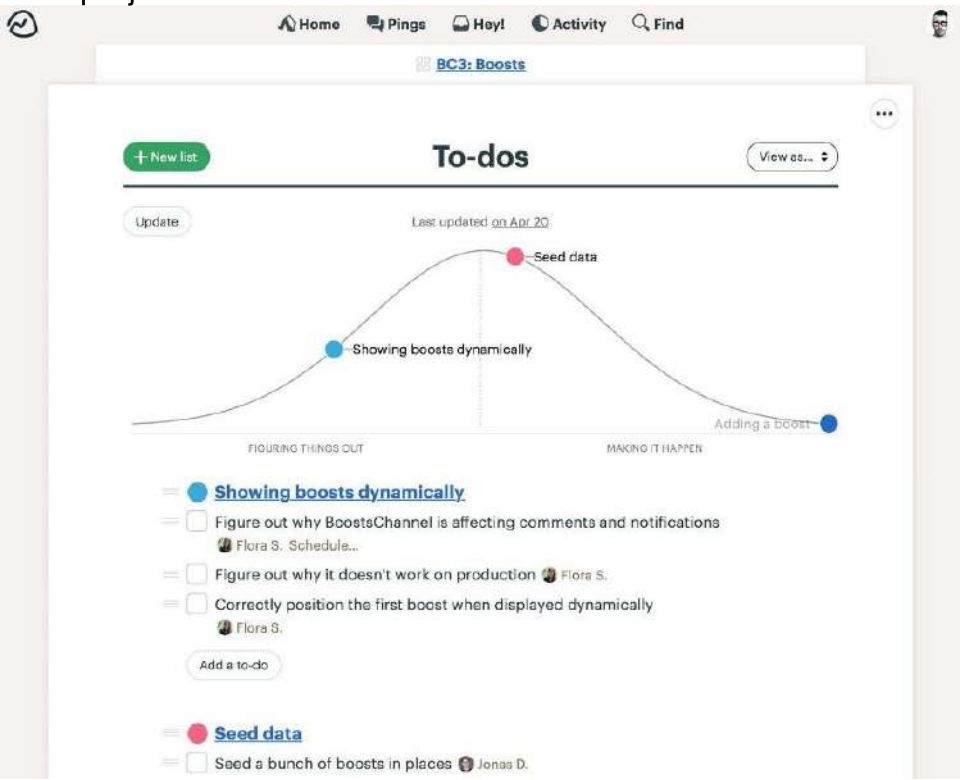
- **Discussion de groupe en temps réel** - Chat vous aide à poser des questions rapides et à obtenir des réponses rapides. Chaque projet comprend sa propre salle de chat, vous pouvez y joindre des fichiers, des citations, des vidéos et des émotions.



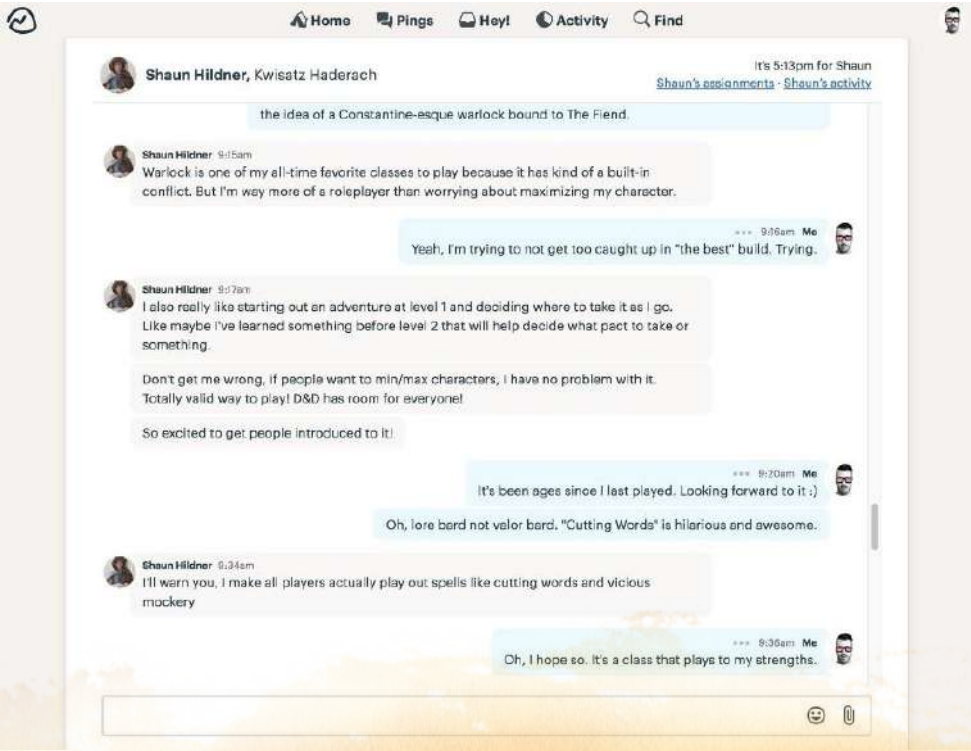
- **Horaires** - Chaque projet contient une planification qui affiche toutes les à faire datées et les événements liés au projet. Chaque participant au projet peut le voir, donc tout le monde est à jour.



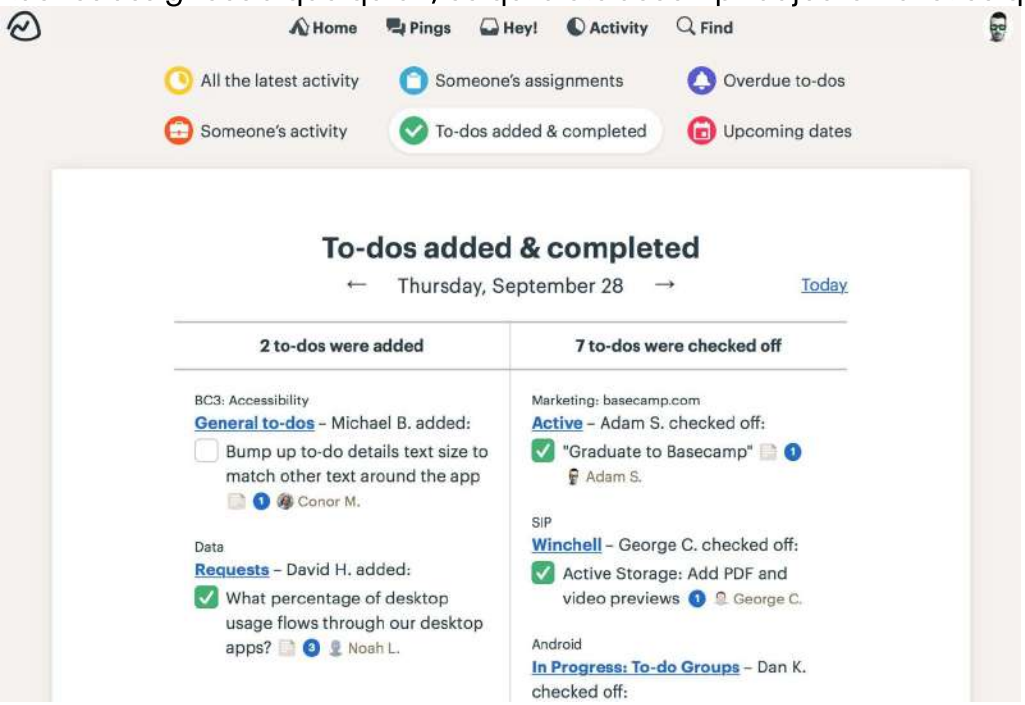
- **Graphiques de colline** - Cette fonctionnalité vous permet de suivre la mise à jour et de suivre l'avancement du projet



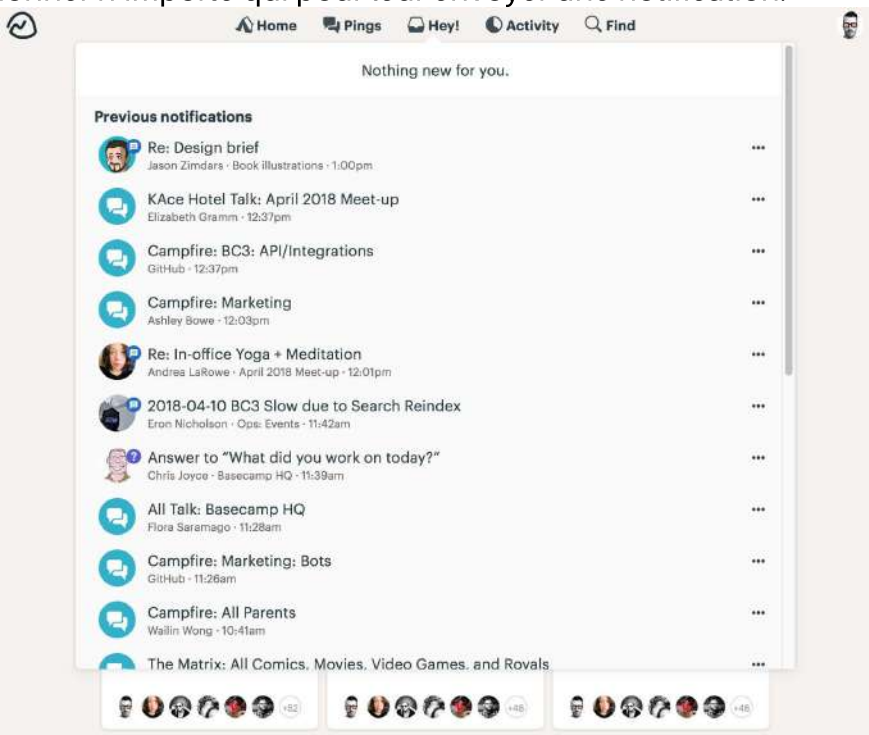
- **Messages directs** - Possibilité de parler en privé avec un collègue en temps réel, d'ajouter des fichiers, des vidéos, etc. Il y a aussi un historique de conversation disponible



- **Rapports** – Vous pouvez générer un rapport pour voir ce qui est en retard ou dû bientôt, toutes les tâches assignées à quelqu'un, ce qui a été accompli aujourd'hui et ce qui se passe.



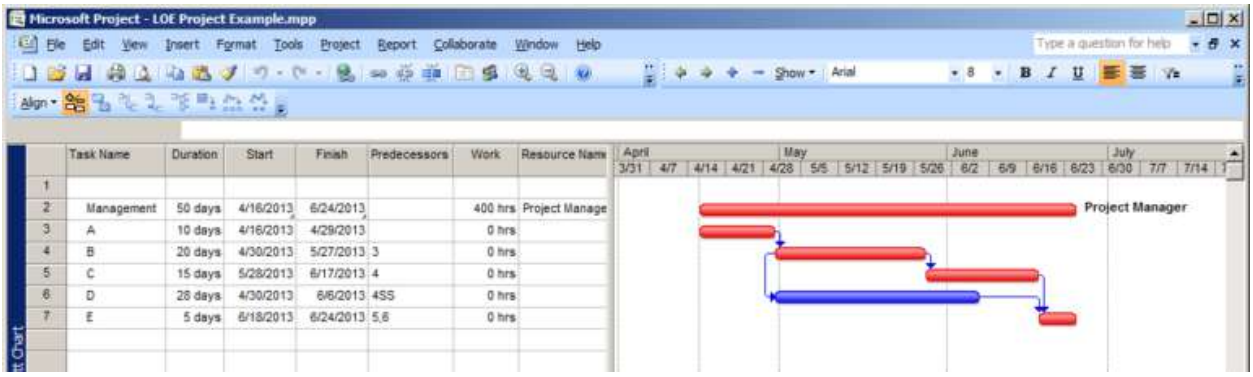
- **Notifications** - Vous pouvez gérer les notifications - éventuellement obtenir une notification par e-mail, désactiver temporairement les notifications, définir les heures que vous pouvez être notifié dans, mentionner n'importe qui pour leur envoyer une notification.



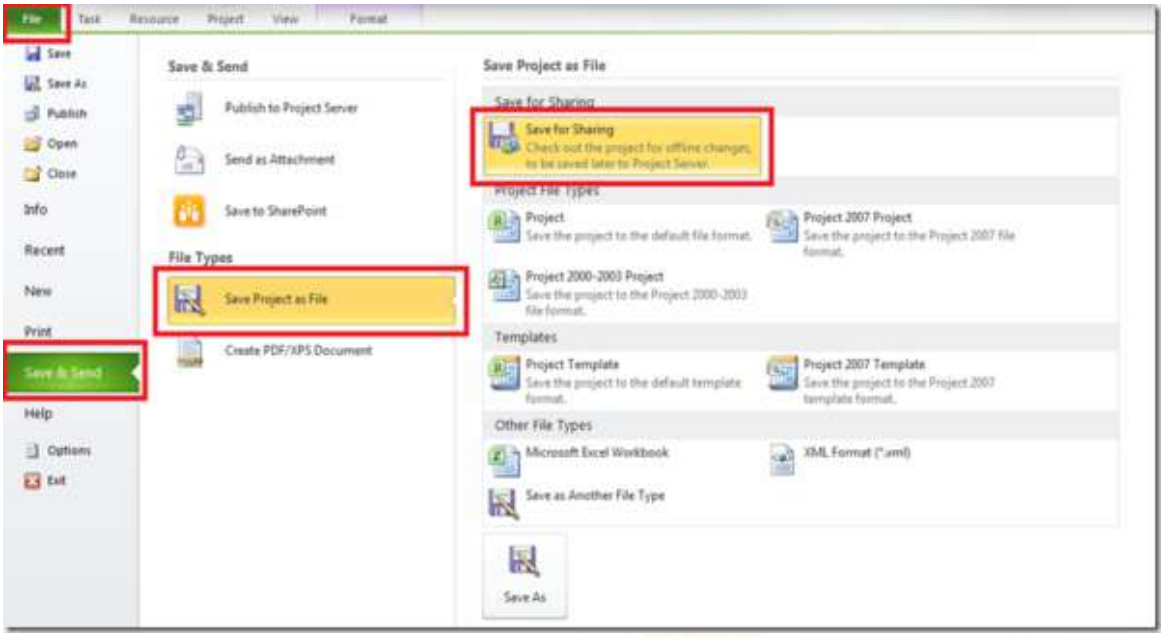
Microsoft Project

Le projet Microsoft vous permet de :

- Créer, modifier et contrôler les planifications - Définissez les activités du projet et attribuez-les à différents membres.



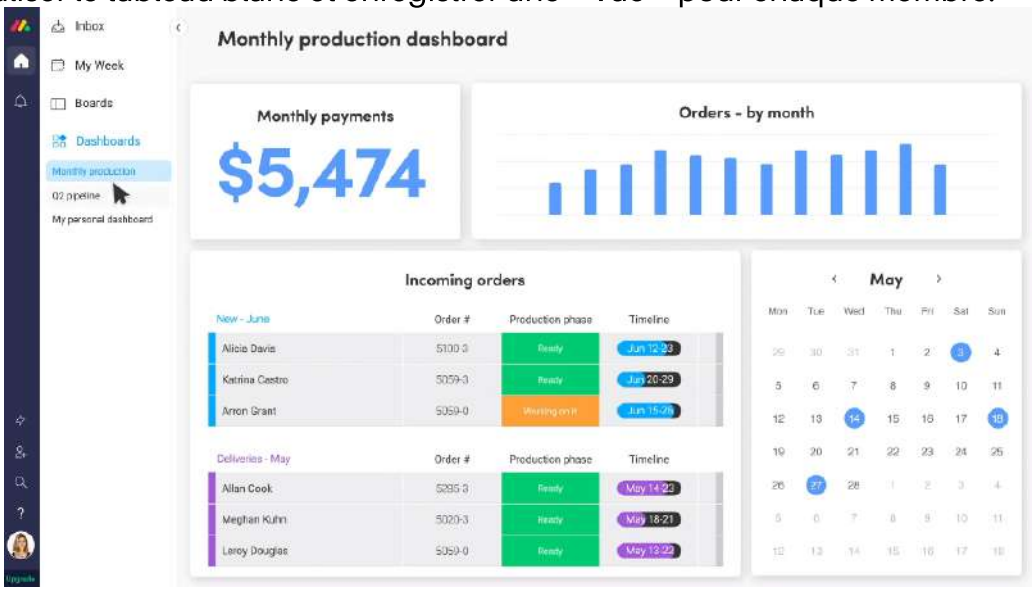
- **Vue chronologie du projet** - La chronologie du projet donne un aperçu du projet
- **Collaboration** - La possibilité de partager des fichiers avec d'autres membres de l'équipe.



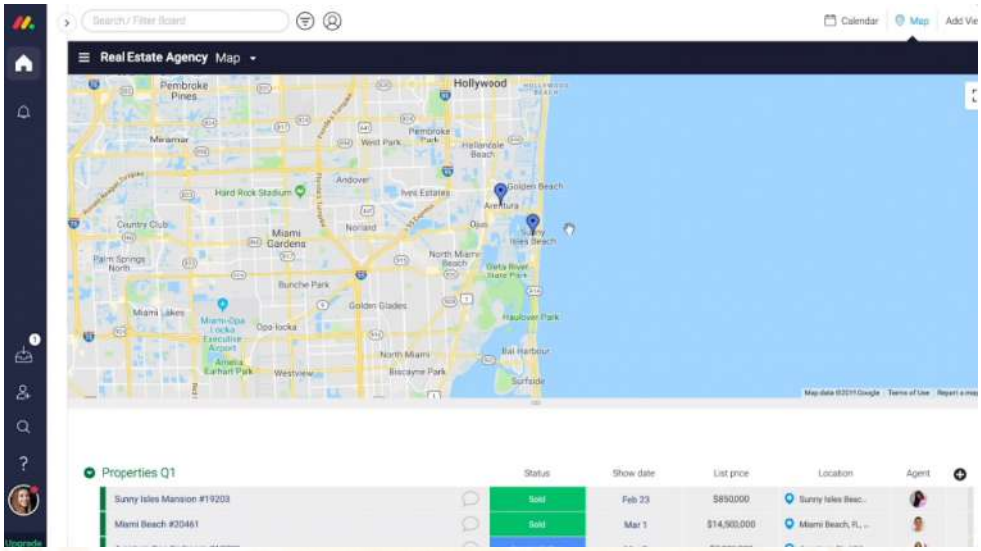
- **Reporting - Capacité de générer des rapports avec peu d'efforts et de personnaliser les données et la structure à vos besoins**

Monday

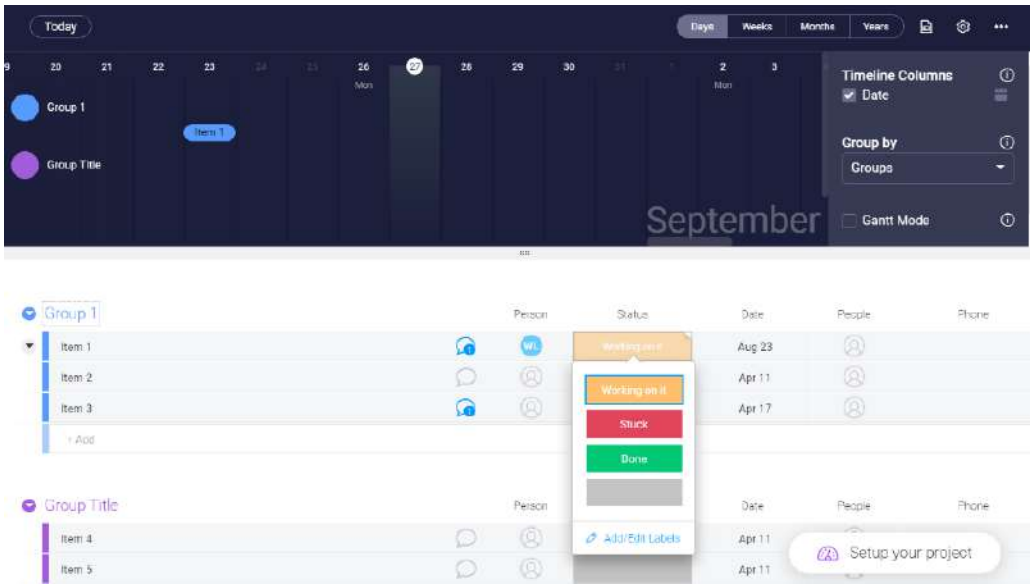
- **Interface utilisateur intuitive** - L'interface utilisateur monday.com contient un ensemble très complet de fonctionnalités d'application haut de gamme très utiles. De plus, vous pouvez personnaliser le tableau blanc et enregistrer une « vue » pour chaque membre.



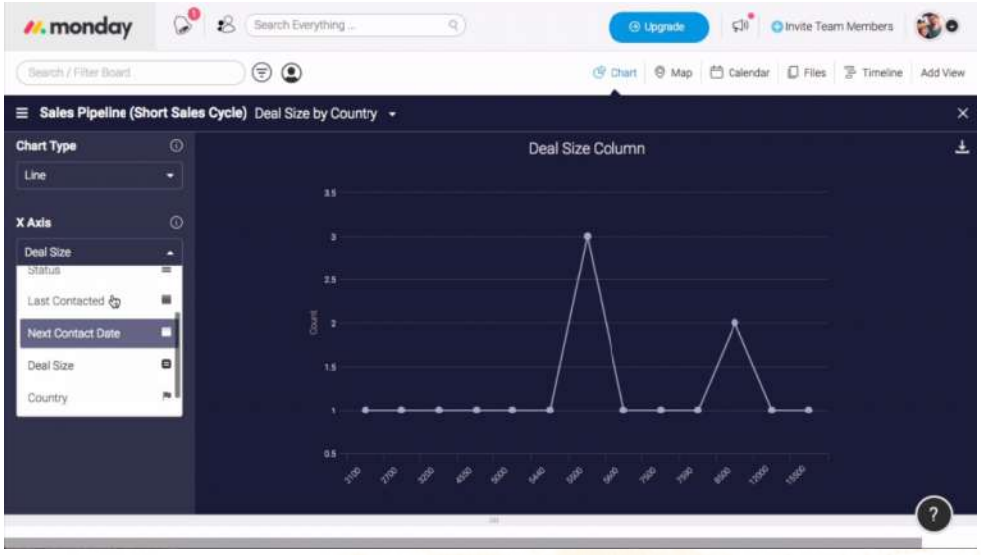
- **Charges de travail de gestion faciles** - Création et organisation de tâches en groupe. Possibilité d'attribuer une tâche à une personne ou à un groupe de personnes. Vous pouvez voir en temps réel qui est en mesure de prendre plus de travail et qui n'est pas. Il est possible d'apporter des ajustements pour éviter les délais manqués et l'épuisement professionnel.



- **Collaboration** - Possibilité de mettre à jour et de commenter les tâches, de créer des questions et réponses. Cette fonctionnalité augmente la communication entre les membres de l'équipe.



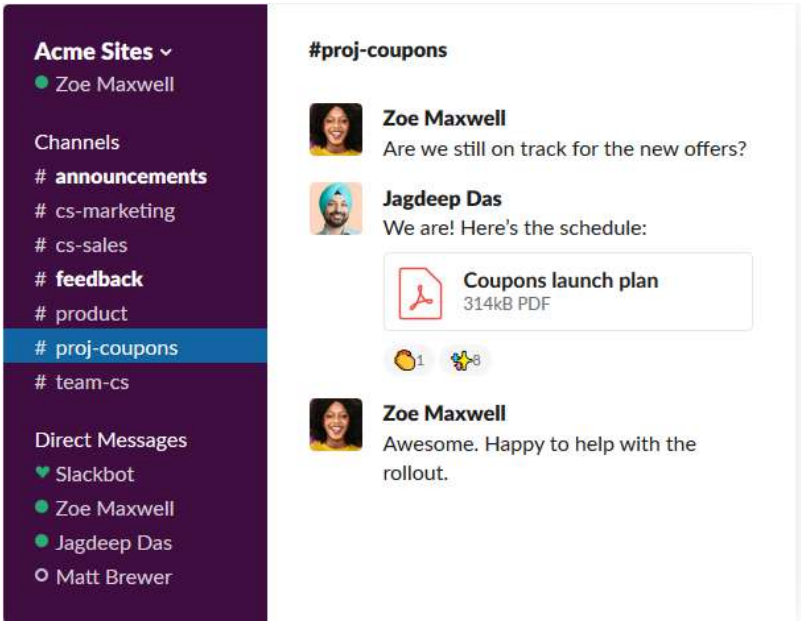
- **Reporting & Analytics** - Générer des rapports visuellement stimulants et facilement compréhensibles est très simple. Examinez et partagez les résultats des efforts de votre équipe. Consolider facilement les données de plusieurs projets pour visualiser ce qui est le plus important en un seul endroit.



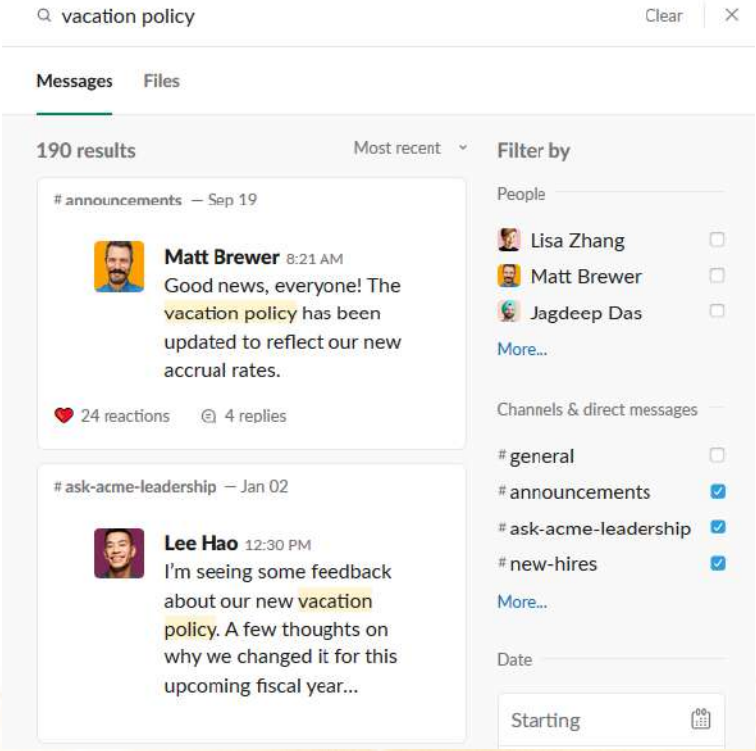
Module 5

SLACK

- **Organisation de conversations** - Vous pouvez créer des canaux et les diviser par équipe, projet ou client. Les membres de l'équipe peuvent rejoindre et quitter les canaux au besoin. Les fils évitent le déraillement d'un sujet ou d'un projet.



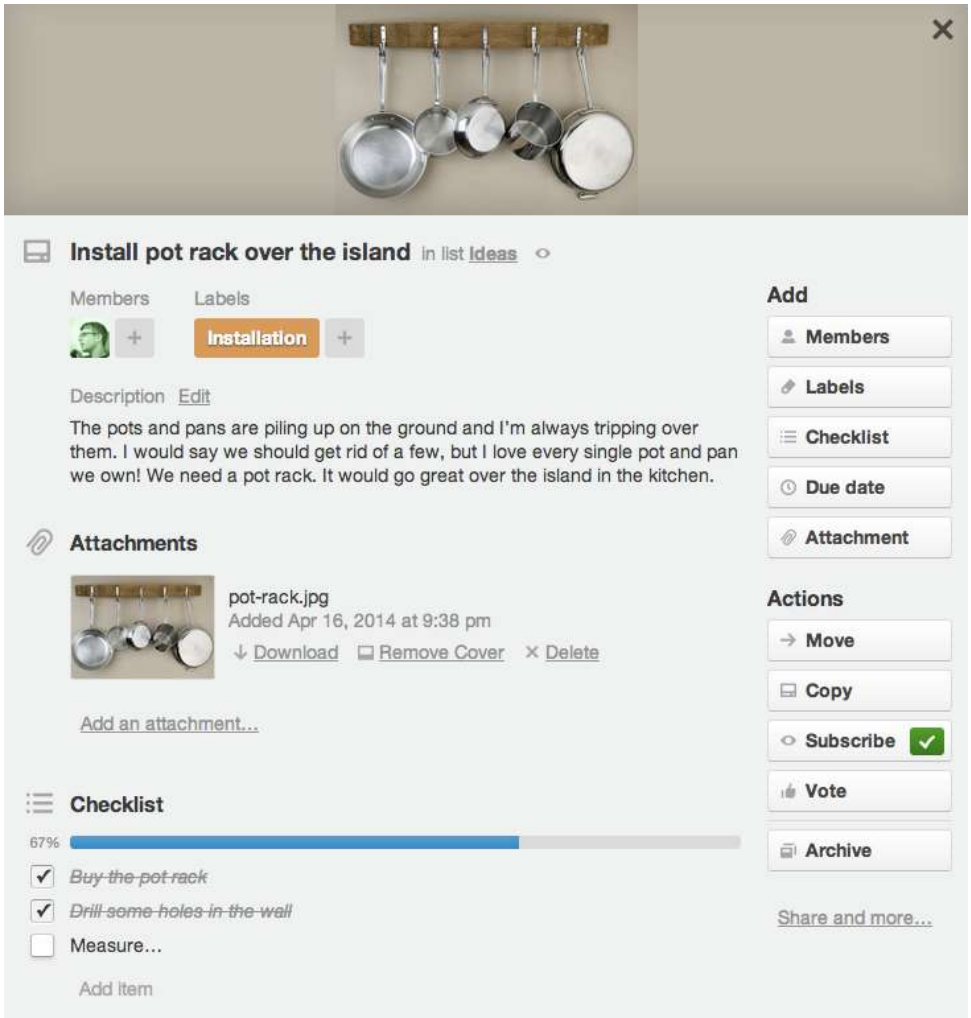
- **Historique consultable** - Possibilité de rechercher des informations antérieures sur les canaux ou dans les messages, même après l'archivage ou la sortie du canal.



- **Rationaliser la communication** - Gagne du temps - tout le travail peut être fait en un seul endroit. Gardez vos messages à jour et évitez de faire des allers-retours entre les e-mails externes et les conversations internes.
- **Face-à-face et écran** - Appels vocaux ou vidéo via SLACK, si vous voulez montrer à d'autres votre travail, vous pouvez également rendre votre écran disponible.
- **Outils connectés** - vous pouvez ajouter un contexte significatif aux conversations et effectuer des tâches simples directement avec Slack.

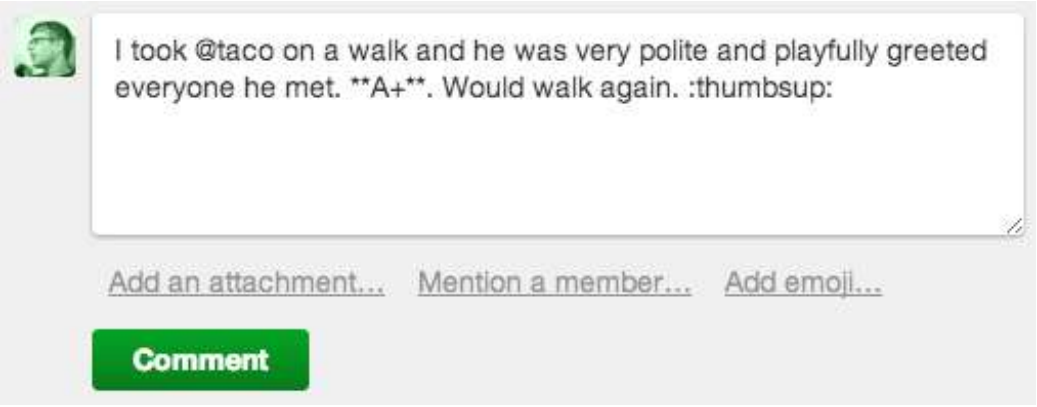
Trello

- **Trello board** - Ouvrez l'onglet pour ajouter des commentaires, télécharger des fichiers de pièces jointes, créer des listes de tâches, ajouter des étiquettes, des rendez-vous, et plus encore.

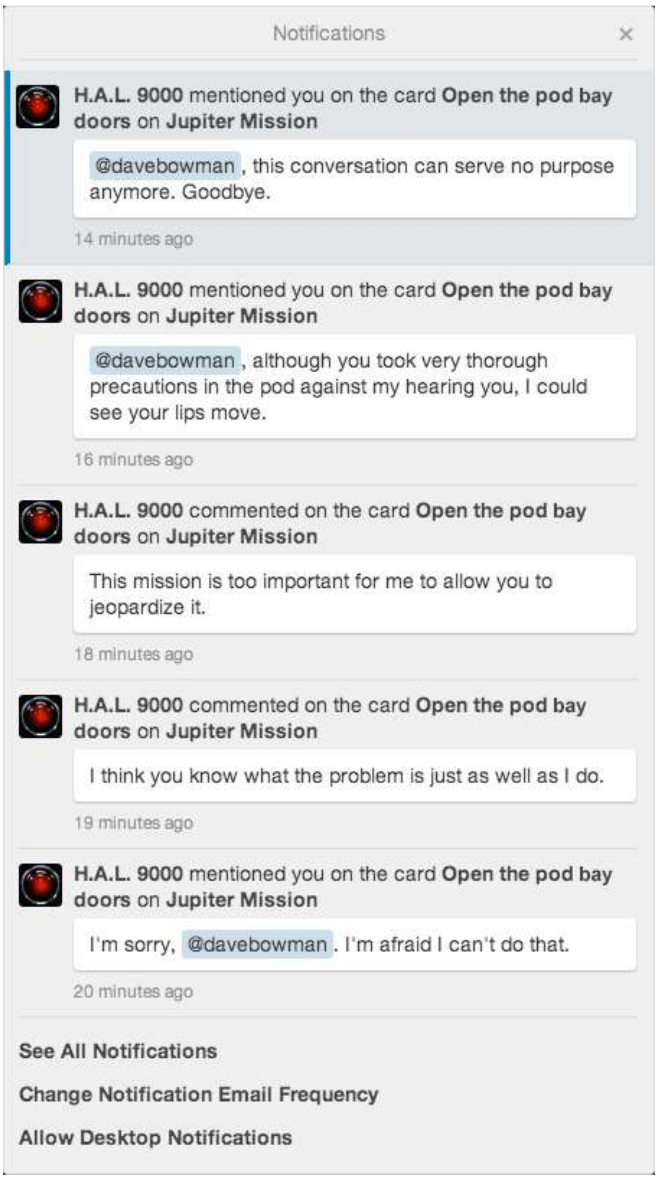


- **Invitez des personnes, affectez la tâche** - Vous pouvez inviter autant de personnes à vos conseils que vous le souhaitez gratuitement. Pour affecter des tâches, déplacez les personnes vers des cartes à l'aide de glisser et de déposer. Tous les gens voient la même table à la fois.

- **Discussion** - Commencez une discussion par les commentaires et les pièces jointes. Ajoutez une note rapide ou plus détaillée. Mentionnez le membre dans le commentaire pour vous assurer qu'il est avisé. Ajoutez des fichiers à partir de votre ordinateur ou à l'aide de Google Drive, Dropbox, Box ou OneDrive. Animer la discussion avec émotion.



- **Notifications** - **Le** Système de notification vous tient à jour quand quelque chose d'important se passe. Où que vous soyez, vous obtiendrez des alertes : dans l'application, par e-mail, sur votre bureau via votre navigateur ou les notifications push mobiles parce qu'elles sont synchronisées avec vos appareils.



- **Liste de contrôle** - Avec les listes de tâches et les rendez-vous, vous ne manquerez aucune tâche, événement ou actualité important. L'application Calendrier Power-Up vous permet d'afficher votre calendrier dans Trello. Ou utilisez les données iCal dans votre application de calendrier.

Points forts et faibles de ces outils

Dépendant de ce que vous recherchez, les points forts et faibles seront différents. Tous les systèmes ont des fonctions de base, leurs fonctionnalités ont été présentées dans le sous-chapitre précédent. Certains d'entre eux ont une période d'essai de 30 jours / 14 jours dans lequel vous pouvez tester le système gratuitement. Chaque programme dispose d'une version disponible en anglais.

Veuillez consulter l'image ci-dessous, où nous avons résumé ces outils en ligne qui soutiennent la gestion de projet en termes de trois catégories : disponible en anglais, version gratuite et prix par mois.

Outil	Disponible en anglais	Gratuit	Prix par mois
AdminProject	Oui	Essai gratuit de 30 jours	15-50€
Basecamp	Oui	Essai gratuit de 30 jours	$99 par équipe
Microsoft Project	Oui	Non	8.40€-46.40€ par utilisateur
Monday	Oui	Essai gratuit de 14 jours	$39-$79 par utilisateur
SLACK	Oui	Oui	6.25€-11.75€ par utilisateur
Trello	Oui	Oui	À partir de $12.50 par utilisateur

Fuente: basado en una investigación propia.

Dans SLACK et Trello, nous pouvons utiliser une version de base de la plateforme gratuitement. Si nous voulons avoir accès à plus de fonctionnalités, nous devons acheter un abonnement d'un mois à un an.
Certains de ces prix dépendent de la version que nous voulons utiliser et combien d'utilisateurs utiliseront cet outil dans notre entreprise.

Outils et plateformes de l'UE : Plate-forme de résultats de projets Erasmus+, EPALE, etc.

Outils et plateformes de l'UE:

- **Europass** - est un ensemble de cinq documents qui permet de présenter les compétences et les qualifications d'une manière claire et compréhensible à travers l'Europe. Son objectif est d'aider les citoyens à présenter leurs compétences et leurs qualifications d'une manière qui permette de trouver un cours ou un emploi efficacement, d'aider les employeurs à comprendre les compétences et les qualifications de leurs employés et d'aider les établissements d'enseignement et de formation à développer et à communiquer le contenu des programmes éducatifs.

Source: https://europass.org.pl/

- **EPALE** (Plateforme électronique pour l'apprentissage des adultes en Europe) - EPALE vise à créer une communauté européenne de professionnels de l'apprentissage des adultes. La plateforme leur donne l'occasion de faire des contacts, d'échanger des expériences, de planifier des activités conjointes et de publier et de commenter le contenu. La plate-forme donne également accès à des informations sur les événements importants pour le personnel d'éducation des adultes et les tendances dans le secteur, ainsi qu'aux derniers documents, documents et résultats de recherche. L'utilisation de l'EPALE est gratuite. La plate-forme EPALE est financée par le programme Erasmus+. Elle s'inscrit dans la stratégie de l'Union européenne visant à promouvoir les possibilités d'apprentissage pour tous les adultes.

Source: https://epale.ec.europa.eu/pl

- **Plateforme de résultats de projets Erasmus+** - Cette base de données vous donnera accès aux descriptions, résultats et coordonnées de tous les projets financés dans le cadre du programme Erasmus+ et de certains des projets financés dans le cadre de ses programmes précédents dans le domaine de l'éducation, de la formation, de la jeunesse et des sports.

Source: https://www.cedefop.europa.eu/en/news-and-press/news/erasmus-project-results-platform-gateway-inspiring-vet-projects

- **OpenPM²** - est une méthodologie de gestion de projet conçue par la Commission européenne. OpenPM² est disponible gratuitement et offre des modèles, des ressources en ligne, des guides et un réseau de support de projet.

Open Project Management Methodology

Source: https://www.pm2alliance.eu/the-openpm2-initiative/

- **Youthpass** – « est un outil pour documenter et reconnaître les résultats d'apprentissage des activités de travail et de solidarité des jeunes. Il est disponible pour des projets financés par Erasmus+: Youth in Action et European Solidarity Corps Programmes. Le certificat Youthpass permet de documenter le développement des compétences, ainsi que de confirmer la participation et de décrire le projet respectif. L'attention portée à la planification du processus d'apprentissage et la réflexion sur les résultats personnels d'apprentissage des participants constitue un élément essentiel de l'initiative. En tant que stratégie, elle vise à favoriser la reconnaissance de l'apprentissage non formel et du travail des jeunes.

NEW KEY COMPETENCES IN YOUTHPASS

Source: http://erasmusplus.eupa.org.mt/2019/08/06/launch-revised-key-competences-framework-youthpass/youthpass/

- **Outil de mobilité** - Il s'agit d'une application web disponible à https://webgate.ec.europa.eu/eac/mobility. Il est destiné aux bénéficiaires du programme Erasmus+. Grâce à elle, nous pouvons facilement gérer les données concernant les projets mis en œuvre et soumettre des rapports finaux. Les contrats de mise en œuvre des projets obligent les bénéficiaires Erasmus+ à compléter les données de Mobility Tool+ sur une base régulière/mensuelle.

Source: http://www.sp.zawidz.pl/praca-szkoly/plany-programy/erasmus

RESSOURCES EXTERNES

Veuillez fournir de 5 à 10 ressources externes (nombre exact à convenir et suivi par tous les partenaires) de la manière suivante :

https://mfiles.pl/pl/index.php/Zarz%C4%85dzanie_projektem - Gestion de projet - définition, Modèle de cycle de gestion de projet.

http://bblog.pl/top-10/10-narzedzi-do-zarzadzania-projektami/ - Outils de soutien à la planification de base.

http://bblog.pl/top-10/10-narzedzi-do-zarzadzania-projektami/ - Outils de gestion Project.

https://study.com/academy/lesson/project-management-system-definition-example.html - Introduction au système de gestion de projet.

https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects_en - Plateforme de résultats de projets Erasmus+.

http://goprojekt.pl/baza_wiedzy/strona/korzysci_z_zarzadzania_projektami/ - Avantages de la gestion de projet.

Complex Toolbox for VOLUNTEERS

Project number: 2019-1-IT02-KA204-063430

Learn more about the Project Partners:

Inno Hub Valencia

assist | International HR |

Centre for European Volunteering

CSVnet associazione centri di servizio per il volontariato

Centrum Wspierania Edukacji i Przedsiębiorczości

contact

https://ctv.erasmus.site/es/
@ToolboxforVolunteers
@ComplexToolbox
europa@csvnet.it