

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE
UNITE DE FORMATION
STRATEGIE DES ORGANISATIONS PUBLIQUES ET ATELIER
DE PROJETS
ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT
DOMAINE : SCIENCES ECONOMIQUES ET DE GESTION

CODE :71 85 19 U32 D1

CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 702

DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX

Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 05 août 2022,
sur avis conforme du Conseil général

STRATEGIE DES ORGANISATIONS PUBLIQUES ET ATELIER DE PROJETS

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR DE TYPE COURT

1. FINALITES DE L'UNITE DE FORMATION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- ◆ concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
- ◆ répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

L'unité de formation vise à permettre à l'étudiant :

- ◆ de s'approprier des concepts de base en stratégie des organisations publiques et parapubliques et en gestion de projets ;
- ◆ de caractériser et de mettre en œuvre ces stratégies dans la conception et le développement de projets publics et parapublics cohérents ;
- ◆ de porter un regard critique sur les orientations stratégiques des pouvoirs publics ;
- ◆ d'acquérir les bases de la communication et du marketing publics ;
- ◆ de mobiliser ses compétences et acquis d'apprentissage pour proposer un projet
- ◆ de préparer, par une approche par projet, une analyse réflexive.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

Principes de droit administratif

en disposant des textes législatifs et de la documentation ad hoc:

- ◆ d'extraire d'une situation standard les actes administratifs nécessaires pour y apporter une solution circonstanciée et de la justifier ;
- ◆ d'analyser une situation simple extraite d'un arrêt de la section administrative du Conseil d'Etat et de pouvoir formuler un avis argumenté sur celle-ci au regard des activités d'enseignement suivies ;
- ◆ d'explicitier certaines procédures en les situant dans le contexte du droit administratif ;

- ◆ d'émettre un avis circonstancié sur une réforme récente du droit administratif.

Finances publiques

En disposant de la documentation ad hoc,

- ◆ d'expliciter différentes sources de recettes et de crédits de dépenses des pouvoirs publics, en particulier de l'Etat fédéral ;
- ◆ d'expliciter au moins une technique de dérogation aux principes budgétaires ;
- ◆ de décrire au moins une phase du cycle budgétaire ;
- ◆ de porter un regard critique sur des choix budgétaires et de financement des pouvoirs publics ;

face à des situations issues de la vie professionnelle décrites par des consignes précises, en disposant de la documentation ad hoc,

- ◆ d'appliquer les techniques de la comptabilité budgétaire et de la comptabilité générale appliquée à la comptabilité communale.

2.2. Titre pouvant en tenir lieu

Attestations de réussite des unités d'enseignement « Principes de Droit administratif », code 718504U32D1, « Finances publiques », code 718513U32D2 classées dans l'enseignement supérieur économique de type court.

3. ACQUIS D'APPRENTISSAGE

Pour atteindre le seuil de réussite, l'étudiant sera capable,

face à un projet (para)public à créer ou existant à développer, validé par le chargé de cours, en respectant les règles déontologiques et éthiques du secteur, en disposant d'une documentation ad hoc qu'il peut être amené à collationner, dans le respect des règles et usages de la langue française,

- ◆ de proposer et de présenter un projet cohérent et argumenté, dans le respect de la règle des 3 E (économie, efficacité, efficience),
 - en utilisant des outils de stratégie publique, de gestion, de communication, de marketing public,
 - en estimant les coûts budgétaires, sociétaux et environnementaux,
 - en mobilisant divers acquis d'apprentissage de la formation pour aborder les thématiques transversales pertinentes,
 - en justifiant ses choix.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte des critères suivants :

- ◆ niveau de précision : la clarté, la concision, la rigueur au niveau de la terminologie, des concepts et des techniques/principes/modèles ;
- ◆ niveau de cohérence : la capacité à établir avec pertinence une majorité de liens logiques pour former un ensemble organisé ;
- ◆ niveau d'intégration : la capacité à s'approprier des notions, concepts, techniques et démarches en les intégrant dans son analyse, son argumentation, sa pratique ou la recherche de solutions ;

- ◆ niveau d'autonomie : la capacité de faire preuve d'initiatives démontrant une réflexion personnelle basée sur une exploitation des ressources et des idées en interdépendance avec son environnement.

4. PROGRAMME

L'étudiant sera capable :

4.1. Stratégie des organisations publiques et parapubliques

À partir de situations issues de la vie professionnelles relatives aux stratégies des organisations publiques et parapubliques, plus spécifiquement des collectivités locales et des entités fédérées, en disposant de la documentation ad-hoc qu'il peut être amené à constituer,

- ◆ de caractériser les dimensions variées du concept de stratégie, en distinguant stratégie d'entreprise et stratégie (para)publique ;
- ◆ d'appréhender la prise de décision stratégique dans les pouvoirs publics et les bases universelles en gestion de projets ;
- ◆ de mettre en évidence le cadre de la stratégie (para)publique, notamment en référence à des courants de recherche récents (New Public Management, gouvernance multiniveaux, arrangements collaboratifs, hybridation...) ;
- ◆ d'analyser succinctement les principaux instruments de la stratégie (para)publique (réglementation, action volontaire, budget, instruments de marché, ...), en fonction de la structure concernée et de la problématique traitée ;
- ◆ de mettre en place une stratégie pour une organisation donnée, en ayant préalablement identifié sa structure, ses enjeux et ses problématiques, dans un souci d'optimisation de ses missions, en justifiant ses choix ;
- ◆ d'appliquer les instruments d'évaluation de la politique stratégique (para)publique afin de la valider et/ou de l'adapter.

4.2. Notions de communication et de marketing publics

A partir de situations issues de la vie professionnelle rencontrées dans les services (para)publics, plus spécifiquement au sein des collectivités locales,

- ◆ de caractériser la fonction marketing et ses concepts de base au sein d'une organisation ;
- ◆ de percevoir l'utilité du marketing dans le secteur (para)public (notion de citoyen-client, ...) ;
- ◆ de caractériser les outils et la méthodologie d'écoute active du citoyen ;
- ◆ d'appliquer des méthodes et outils du marketing pour déceler les besoins du citoyen-client (questionnaires, interprétation de sondages, ...)
- ◆ d'appliquer des outils marketing pour promouvoir les activités d'un service (para)public (culture, enseignement, tourisme, ...) ;
- ◆ d'identifier les publics visés par la communication publique ;
- ◆ d'appliquer des techniques et outils de la communication externe, en distinguant la communication publique de la communication politique ou électorale

4.3. Atelier de projets

face à un projet (para)public à créer ou existant à développer, validé par le chargé de cours, en respectant les règles déontologiques et éthiques du secteur, en disposant d'une documentation ad hoc qu'il peut être amené à collationner, dans le respect des règles et usages de la langue française,

- ◆ d'appréhender le concept de projet et sa structure : rôles des acteurs, gestion des ressources humaines, matérielles et financières, communication avec le « citoyen/client » ;
- ◆ de caractériser les spécificités des projets dans le secteur (para)public ;
- ◆ d'analyser les contraintes associées au projet (matérielles, financières, humaines, environnementales, ...) ;
- ◆ de caractériser les différentes phases d'un projet : étude de faisabilité, conception globale, conception fonctionnelle détaillée, conception technique détaillée, conception financière détaillée, implémentation, installation, exploitation, clôture ;
- ◆ de proposer et de présenter un projet cohérent et argumenté, dans le respect de la règle des 3 E (économie, efficacité, efficience),
 - en utilisant des outils de stratégie publique, de gestion, de communication, de marketing public,
 - en estimant les coûts budgétaires, sociétaux et environnementaux,
 - en mobilisant divers acquis d'apprentissage de la formation pour aborder les thématiques transversales pertinentes,
 - en justifiant ses choix.

5. CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert devra justifier de compétences particulières issues d'une expérience professionnelle actualisée en relation avec le programme du présent dossier pédagogique.

6. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.

7. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

3.1. Dénomination du cours	Classement	Code U	Nombre de
----------------------------	------------	--------	-----------

			périodes
Stratégie des organisations publiques ou parapubliques	CT	B	20
Notions de communication et de marketing publics	CT	B	20
Atelier de projets	CT	B	24
3.2. Part d'autonomie		P	16
Total des périodes			80
	Nbre d'ECTS		7