

ECS, European Communication School -Marseille

Syllabus + Plan d'intervention 2019-2020

*Catherine
Schwarz*

*Consultante,
Designer
& Artiste*

info@catherine-schwarz.com
www.catherine-schwarz.com

Naming Expectation : from Strategy to Creative Reframing

Engagement in Civic Design ^(1/3)

Périodicité * : 4 x ½ journée - Semestre 1

Master 1 - Cours en anglais

Objectifs pédagogiques du cours :

La capacité de révéler les forces, contradictions, ambiguïtés et messages cachés de la relation entre le client, le produit, la marque et le marché, et les possibilités de les cadrer (« Reframe ») et les formaliser, sont autant de clefs pour développer la stratégie de communication que pour activer les moteurs et les leviers de nouveaux modèles d'engagements, d'affaires et de gouvernance.

Admettant qu'une marque/organisation soit une personne à part entière, impliquée dans l'histoire d'une expérience humaine, comment percevoir et interpréter ses attentes (« Expectation ») pour être prêt (« Ready ») à accompagner ou anticiper son aventure.

Mais plus encore, ancrer ces attentes, dans la capacité à formuler et obtenir des solutions collectives, conçues pour le bénéfice d'une communauté, positionne de manière congruente une structure économique avec ses responsabilités sociales, dans la transformation et la création de ses marchés.

Ainsi, cette conception congruente dite aussi Design Civic, s'applique à obtenir des solutions collectives pour le bénéfice d'une communauté, les résultats pouvant être des services, des espaces, des relations, des systèmes, des instruments/dispositifs, des méthodes, des politiques, des contenus.

La pratique destinée à la compréhension et la faculté de nommer les attentes assure à l'étudiant-e l'aptitude à exercer une veille indispensable et critique sur la perméabilité et les influences réciproques nécessaire pour saisir et déceler les marchés, dégager un capital de communication, orienter une direction créative.

Mais cette compréhension doit également permettre d'engager des dynamiques d'échanges sociétales, en prenant en considération l'hybridation des territoires. Cette hybridation s'entend (1) par l'intégration de l'aspect matériel et de la sphère numérique d'un territoire, et (2) par sa position Globale, c'est à dire sa situation dans un environnement local immédiat et en connexion avec une échelle plus globale.

L'étudiant-e devra donc appréhender et intégrer à sa démarche, de manière critique, les pratiques et les plateformes mobilisées par une culture de communication numérique et événementielle, dans ses spécificités d'échelle et de qualité civique et appréhender leurs leviers méthodologiques et créatifs.

Enfin, il devra valoriser ses analyses et ses propositions, et envisager les manières innovantes de le porter à la connaissance des acteurs économiques et des publics pouvant s'y engager et en bénéficier.

Naming Expectation : from Strategy to Creative Reframing

Engagement in Civic Design ^(2/3)

Périodicité * : 4 x ½ journée - Semestre 1

Master 1 - Cours en anglais

Contenu / descriptif du cours / déroulement des séances :

Sur la base d'un brief stratégique l'étudiant-e analysera une problématique pour extraire une synthèse de situation.

Il devra imaginer une situation fictive dans laquelle il aura obtenu des données comportementaux de consommateurs dans une situation précise et dans laquelle une problématique de stratégie de conception civique, numérique et événementielle lui sera posée.

Il s'interrogera ensuite sur l'expression des différentes attentes et les opportunités offertes par les plateformes numériques et les espaces événementiels dans une perspective stratégique de valorisation d'une démarche de design civique d'une organisation et fera apparaître ses méthodes de conduites de projet pour asseoir sa démarche de pensée, dite de Design Thinking.

Il proposera une formulation de sa démarche pour avancer une recommandation et ses développements destinés aux publics financiers et aux communautés d'utilisateur/participants.

Séance n° 1 :

- Présentation de l'approche théorique et pratique du workshop, présentation d'exemples
- Présentation du déroulement et des modalités d'échange dans le cadre du workshop
- Prise de connaissance, validation du niveau de réception de la présentation par les étudiants-es
- Directive pour la préparation et l'articulation de la séance 2, 3 et 4
- Restitution de la réception du contenu de la séance 1

Séance n° 2 :

- Elaboration des outils d'analyse et mise en œuvre
- Restitution de l'analyse en version synthétisée et présentation en classe

Séance n° 3 :

- Elaboration et restitution de la synthèse et de la recommandation
- Elaboration des outils de communication destinés à la présentation

Séance n° 4 :

- Présentation intermédiaire

Naming Expectation : from Strategy to Creative Reframing

Engagement in Civic Design ^(3/3)

Périodicité * : 4 x ½ journée - Semestre 1

Master 1 - Cours en anglais

Evaluations :

1. Faculté à appréhender l'enjeu du workshop et son orientation théorique (session 1)
2. Rapidité d'analyse de problématiques stratégiques et faculté de synthèse (session 1)
3. Autonomie dans les prises d'initiative de recherches et mise en commun dans le travail d'équipe (session 2,3)
4. Aptitude à établir des liens conceptuels sur le contenu transmis et de transposition en cas concrets (session 2,3)
5. Pertinence et originalité de la recommandation et qualité des documents de restitution (session 4)

Indications bibliographiques / Références des Emissions / Ressources Internet :

MIT Press

- « Civic Media », Edited by Eric Gordon and Paul Mihailidis
- « Waste Is Information, Infrastructure Legibility and Governance », by Dietmar Offenhuber
- « Making Design Theory », by Jonathan Redström
- « Critical Theory and Interaction Design », by Jeffrey Bardzell, Shaowen Bardzell and Mark Blythe
- « Order without Design », by Alain Bertaud
- « Adversarial Design », by Carl DiSalvo

Allworth Press

- « Branding for Nonprofits », by DK Holland
- « Citizen Brand, Transforming Brands in a Consumer Democracy », by Marc Gobe

Papers

- « Democracy is a Design Problem » / Journal of Usability Studies, Vol. 11, Issue 4, August 2016 UXPA / by D.Chisnell

Routledge

- « Net Locality: Why Location Matters in a Networked World », by Eric Gordon and Adriana de Souza e Silva

Catherine Schwarz
Consultante | Designer | Artiste

info@catherine-schwarz.com
www.catherine-schwarz.com

