



Module 103.402 Démarches orientantes

Démarches orientantes : Les chemins différents

Semestre de printemps 2021

Professeurs :

Isabelle DETTWILER

Cédric VERGERE

**Stoichkova Milena
Master Secondaire I-II**

**Maier Julia
Master Secondaire I**

HEPVS



Table des matières

Introduction.....	1
Description et objectifs du projet.....	1
Lien avec les objectifs du PER (Plan d'étude)	1
1. Capacités transversales.....	1
2. Formation générale	3
3. Mathématiques et Sciences de la nature (MSN) — Sciences de la nature.....	4
4. Le cadre de l'apprentissage du français et de l'allemand.....	5
Apports théoriques de la démarche orientante	5
Présentation du projet.....	8
A. Consignes et organisation	8
B. Moyens requis et coûts/budget	9
Difficultés ou obstacles à la réalisation du projet	10
Réflexions critiques.....	11
Apports et ouvertures pour les élèves	11
Les apports du cours dans notre pratique professionnelle.....	12
Bibliographie.....	13



Introduction

La démarche orientante est un nouveau modèle d'action qui nous vient du Québec et qui vise à faire "de l'école, à travers la mise en mouvement et la coopération de tous les acteurs, un milieu dynamique au service du développement de l'enfant, dans ses diverses composantes : bien-être, citoyenneté, intellect, culture, insertion sociale et professionnelle" (Quiesse J. et all., 2007, p.17). Le monde du travail évolue. Les citoyens doivent pouvoir s'adapter, remettre en cause les savoirs, développer leur capacité à entreprendre, à gérer la surabondance d'informations qui caractérise notre époque. La recherche du bien-être et de l'épanouissement personnel conduit les individus à se montrer critiques par rapport aux choix professionnels auxquels ils doivent pouvoir trouver un sens. S'orienter devient une démarche proactive et partagée par tous les acteurs en présence : élèves, parents, familles, entourage, société, directeurs d'école, titulaires, conseillers en orientation, entreprises, politiciens, ... Aujourd'hui, on ne doit plus se "contenter" de chercher un travail, mais on doit se préparer à l'inventer et à se renouveler.

Dans le cadre de ce cours sur la démarche orientante, nous avons choisi de mettre sur pied un projet remplissant les différents objectifs liés à cette approche, tout en permettant à nos élèves d'acquérir des compétences plus spécifiques aux branches d'enseignement : les sciences et l'allemand.

Description et objectifs du projet

L'idée du projet d'orientation est de permettre aux élèves à travers des produits de consommation de découvrir des corps de métiers impliqués dans la production, des producteurs aux fabricants, des spécialistes du marketing aux professionnels de la vente. Les élèves entrent en contact avec le monde de la consommation, domaine très proche d'eux, mais surtout, avec des représentants de l'environnement socio-économique dans lequel ils évoluent.

Lien avec les objectifs du PER (Plan d'étude)

1. Capacités transversales

Ce projet permet aux élèves de développer les cinq capacités transversales qui sont attendues par le PER:

Stratégies d'apprentissage :

L'élève est engagé dans une tâche complexe où il assume toutes les phases de la conception, de la planification et de la réalisation. Il faut pour cela anticiper, expérimenter et revenir sur ce qui a été fait de manière réflexive.



Cela demande une bonne gestion du matériel et du temps, ainsi qu'une certaine autonomie. On va également leur demander de choisir des méthodes d'analyse permettant de différencier d'un côté les produits et de l'autre côté, des métiers en liens avec ces produits pour pouvoir comparer leurs caractéristiques. Il faudra trouver des méthodes adéquates, tout en étant conscient qu'elles les amèneront peut-être à reconsidérer leur point de vue.

La collaboration :

Elle est également exercée puisque les élèves travaillent en groupes. Le fait de devoir analyser des produits de consommation courante peut les pousser à se poser des questions sur la diversité culturelle et ethnique et ils ne seront peut-être pas toujours d'accord sur les choix. Un échange d'opinions est d'autant plus riche qu'on est ouvert à l'autre et à ses différences, ce qui implique d'entendre et de prendre en compte ces différences. Partager ses points de vue améliore la connaissance de soi, point capital à développer dans le cadre d'une démarche orientante. L'élève apprend à reconnaître ses valeurs, à identifier ses perceptions, ses sentiments. Ce projet aide à prendre conscience de la qualité et de la pertinence de ses actions, puisqu'on analyse ici des choix effectués par tout citoyen, jour après jour. Comme ceux-ci peuvent être guidés par le regard et le jugement des autres, l'élève apprend aussi à percevoir cette influence. Enfin, un travail en groupe demande une adaptation permanente de son comportement, en tenant compte de celui des autres.

Communication :

Travailler en équipe force les membres à communiquer entre eux. Le choix du vocabulaire est par là-même important. Pour pouvoir avancer dans ce projet, il faut analyser des ressources diverses (étiquettes du produit, prix, odeurs, présentation...) et sélectionner celles qui sont pertinentes. Ensuite, il faudrait faire des recherches des métiers qui sont liés à la production des produits. Par conséquent on se pose ensuite des questions et envisage des voies pour y répondre.

La démarche réflexive :

Il s'agit ici pour les élèves de bien comprendre l'objet de la réflexion. On compare des produits par rapport à leurs caractéristiques et on s'intéresse aux métiers en liens avec ces produits afin d'établir un parallèle entre ces deux pôles. Il y a ici différents enjeux à prendre en compte (des intérêts du marketing, le développement du marché de travail et les choix des consommateurs). Il faut renoncer peut-être à certaines idées préconçues. On favorise avec ce projet la "remise en question et décentration de soi".



Pensée créatrice :

La dernière partie du travail où les élèves sont invités à émettre des propositions sur des améliorations possibles des produits entre dans le cadre de la pensée créatrice. Leurs observations et leurs découvertes vont développer leur sens critique et les aider à se libérer des stéréotypes et des préjugés pour laisser place à leurs propres idées. Ils peuvent se projeter dans leur imaginaire et trouver éventuellement de nouvelles voies de réalisation.

2. Formation générale

En faisant tout d'abord un choix de produit et en comparant différents métiers en liens avec des différentes marques et présentations, les élèves travaillent certains objectifs classés dans le PER sous "formation générale" : <https://www.plandetudes.ch/fg/cg1>

Les élèves sont demandés d'exercer des lectures multiples aux sujets de la production des produits et des métiers impliqués dans la production des produits de consommation. En effet, selon le produit choisi, ils peuvent être amenés à comparer différents éléments d'une image (couleurs, mise en scène, argument marketing mis en avant,...), et faire une analyse de différentes représentations. L'utilisation d'Internet est omniprésente dans ce travail, ce qui permet également de développer une évaluation critique de l'information qui y est distillée.

- **L'objectif FG 32 « Répondre à ses besoins fondamentaux par des choix pertinents »** fait plus directement référence au thème de la santé et du bien-être. Dans ce cadre, si les produits choisis par les élèves sont alimentaires, ils vont pouvoir comparer la teneur en sucres, en graisse, le volume de nourriture par portion, etc... et réfléchir aux conséquences du choix sur leur santé.
- **L'objectif FG 33 « Construire un ou des projets personnels à visée scolaire et/ou professionnelle »** est directement lié à la construction d'un ou de plusieurs projets personnels à visée scolaire ou professionnelle. En faisant des recherches sur la fabrication du produit qu'ils ont sélectionné, les élèves vont découvrir les différents corps de métiers qui sont impliqués. C'est une approche très concrète du monde du travail.



- **L'objectif FG 34** vise à planifier, réaliser, évaluer un projet et à développer une attitude participative et responsable. C'est exactement le but visé dans ce travail. En comparant les produits et en analysant leurs caractéristiques, l'élève augmente ses connaissances et par là-même son esprit critique, ce qui le rend bien plus responsable face à ses propres choix en tant que citoyen consommateur.

La fabrication d'un produit peut nécessiter de nombreuses étapes effectuées dans plusieurs pays, à l'aide de matières premières provenant de différentes régions du globe. Cela peut donner des bases de discussion ou des points de départ de débats passionnants : produits moins chers, mais leurs productions implique le travail des enfants; fraises bon marché en plein hiver, mais long transport polluant et les mains d'œuvre sous payées; conditionnement des produits nécessitant de nombreux emballages et les problèmes de traitement des déchets; etc. On peut aborder à partir de ce projet des thèmes directement liés au développement durable.

- **L'objectif FG 36** qui incite les élèves à prendre une part active à la préservation d'un environnement se travaille par des petites prises de conscience, pas après pas. Pratiquer des choix responsables, en choisissant ses produits de consommation de façon réfléchie en est un.

3. Mathématiques et Sciences de la nature (MSN) — Sciences de la nature

Ce projet s'insère avant tout dans un cours de sciences. En cela, il est construit de manière à travailler des compétences qui sont attendues pour cette branche :

On retrouve en latence **l'objectif MSN 35** qui demande aux élèves de savoir modéliser des phénomènes naturels, techniques, sociaux ou mathématiques, notamment en utilisant des représentations graphiques tels que tableaux, schémas, graphiques,... Dans le projet, les élèves doivent analyser leurs résultats, mais pour cela, il faut qu'ils les trient, les organisent et les rendent accessibles. Selon les produits que les élèves choisissent de comparer, on entre dans **le cadre du MSN 34** qui demande une mobilisation des mesures pour comparer les grandeurs (volume, capacité, longueur, poids,...)

Ce travail permet aux élèves d'exercer le processus de démarche scientifique. On demande aux élèves d'observer, de se questionner, d'identifier des facteurs ainsi que métiers pertinents qui permettent de caractériser les produits et des métiers.



Ils doivent penser à des protocoles visant à déterminer le meilleur d'entre eux afin de pouvoir obtenir des résultats scientifiquement utilisables. Ces derniers sont à structurer pour être facilement accessibles et compréhensibles.

Les élèves devront mettre des notes à chaque produit. Il faut ensuite analyser des métiers et en tirer des enseignements. Même si ceux ne sont pas des thèmes développés en soi dans ce projet, les élèves sont confrontés à certaines caractéristiques d'un système démocratique, où les hommes ont le droit à la parole et par là-même une capacité d'action sur le fonctionnement de la société (voir **SHS 34**). Les choix de chacun en matière de consommation interviennent sur l'offre générale faite aux consommateurs.

4. Le cadre de l'apprentissage du français et de l'allemand

Comme il est exigé que les élèves fassent un sondage écrit auprès de consommateurs qui les entourent, ils doivent produire un texte, des questions pertinentes et s'exprimer en deux langues auprès des personnes pour expliquer leur projet (favoriser les transferts de connaissances et de compétences entre L1 et L2 autres langues).

Ceci exerce un certains nombres de compétences qui entre dans le cadre de l'objectif **L1 32** par exemple, qui concerne l'écriture de textes de genres différents adaptés aux situations d'énonciation (par ex., des questionnaires) notamment en organisant ses idées, en personnalisant son message et en précisant sa pensée, en respectant les règles de l'expression écrite. S'il y a des groupes qui choisissent de prendre contact avec des entreprises de production qui se trouvent dans la Suisse allemande pour obtenir des informations, ils sont soumis aux mêmes compétences.

L2-36 : Encourager le recours aux divers moyens de référence y (dictionnaires, grammaires scolaires, correcteurs) et la relecture critique des productions, en particulier du point de vue du sens, en lien avec **FG 31 – MITIC..**

Apports théoriques de la démarche orientante

Pour être capable de s'adapter à une société en constante évolution, il faut apprendre à se poser les bonnes questions, à les problématiser et pour cela, il faut savoir s'informer et fixer un cadre d'analyse. Notre projet va dans ce sens, en donnant aux élèves l'occasion de s'interroger, de faire des choix et de s'informer pour ensuite trier les données récoltées et les analyser. Ce sont eux qui se mobilisent, l'une des notions clés de la démarche orientante.



Un autre élément est **le principe d'infusion**. Le principe d'infusion est au cœur de notre démarche. Il consiste à intégrer à une matière enseignée, « des notions se rapportant au développement de carrière et au monde du travail » (Beaudet, 2001, p. 49). Nous utilisons donc pleinement une approche infusée, en choisissant des étapes en rapport avec le monde du travail et à la question du choix. En outre et d'après la littérature, l'intérêt de cette pratique est de donner du sens aux apprentissages en les ancrant dans la réalité (ibid.). Par conséquent, cela permet de créer des liens entre deux pôles souvent cloisonnés : les mondes scolaires et professionnels. Dans le cadre de ce projet, les recherches vont permettre aux élèves de découvrir des corps de métiers, des producteurs aux fabricants, des spécialistes du marketing aux professionnels de la vente.

Le principe, celui de **la coopération** est moins présent ici, mais on peut mobiliser l'enseignant d'allemand/de français pour rédiger le sondage ou les lettres de demandes d'informations pour les fabricants. Si les élèves décident de faire des interviews enregistrés ou filmés, on peut également faire participer les enseignants d'informatique, d'arts visuels, de géographie et d'économie familiale. Les parents, la famille et l'entourage peuvent être sollicités pour les sondages, ce qui ne manquera pas d'ouvrir le dialogue et d'étoffer les arguments.

Il est également important de leur donner le sentiment d'être efficaces. L'efficacité perçue est un concept récurrent en démarche orientante. Plus on se sent capable dans une voie et plus on sera confiant à faire des choix allant dans sa direction (Bandura A., 2002). Les micro- objectifs de ce projet sont abordables et quel que soit un produit que les élèves choisissent d'explorer, ils peuvent obtenir des informations analysables assez facilement, ce qui est une source de motivation et de persévérance. On leur donne une occasion d'être au centre de l'action pour apprendre. Ce sont eux qui s'organisent, font les démarches et obtiennent les résultats. Ils prennent contact avec les fabricants et en ce sens, ils ne sont pas à l'école, mais dans la "vraie vie".

La collaboration entre membres du groupe permet aux élèves de se reconnaître, d'agir ensemble. La nécessité d'une bonne communication est clairement illustrée par les créations d'associations, de communautés virtuelles, de forums, de chats,... dans notre société actuelle.

L'autonomie est un critère important pour effectuer des choix réfléchis (Quiesse et all, 2007, p.37) et en développant l'esprit critique des élèves face à une décision (pourquoi choisir un produit plutôt qu'un autre), on fait un grand pas dans cette direction.



Lev Vigotsky est le pédagogue qui a introduit le concept de zone proximale de développement. Celle-ci se trouve à la limite entre les compétences que l'élève possède déjà et qu'il peut appliquer de façon indépendante et celles qui lui sont encore étrangères. On se situe donc là où l'élève comprend les enjeux, mais a encore besoin d'une aide extérieure pour y arriver. Dans ce projet, les élèves sont cadrés pour pouvoir prendre des initiatives qui seraient difficilement envisageables en-dehors du cadre scolaire et sans les conseils et la supervision des enseignants (sondage, tris des données, analyses des résultats).

Faire de la démarche orientante, c'est :

Accompagner l'élève dans le développement de son identité. Ce projet donne une occasion à l'élève de se positionner face à un choix de société (comment choisir les produits que l'on consomme et quels métiers sont y impliqués) avec un esprit critique. Pour cela, il a effectué une démarche complète, approfondie et scientifique lui permettant de se libérer de certains stéréotypes pour prendre une décision réfléchie, avec tout le recul nécessaire.

Collaborer : pour qu'un établissement scolaire, il faudrait idéalement que les enseignants collaborent et c'est le cas ici entre les enseignants de français, d'allemand, d'informatique, de sciences et de géographie.

Permettre à l'élève de prendre contact avec le monde du travail par des actions concrètes : dans ce projet, de nombreux métiers peuvent être approchés depuis les étapes de production de la matière première jusqu'au moment où le produit manufacturé apparaît sur les étalages des supermarchés.

Développer les capacités transversales, ce qui a été largement décrit dans le chapitre ci-dessus concernant les objectifs du PER.

Motiver l'élève en agissant sur son pouvoir personnel. Il faut pour cela lui laisser faire des choix, le convaincre qu'il peut agir sur la situation, émettre des hypothèses, trouver des réponses, argumenter ses opinions. Si les élèves trouvent les bons protocoles d'analyse, cernent bien les caractéristiques du produit qu'ils ont choisi et s'ils obtiennent par leur sondage des avis suffisamment argumentés, ils pourront produire des analyses de résultats pertinentes qui influenceront directement leurs habitudes de consommateurs et pourquoi pas celles de leur entourage. Ce projet démontre qu'à la fin, ce sont les citoyens qui font des choix réfléchis en termes de consommation qui peuvent influencer le marché de travail. Se renseigner et développer son esprit critique n'est donc pas vain.



Ce projet est conduit par l'élève du début jusqu'à son accomplissement. Il va donc lui permettre de s'engager et l'encourager à surmonter les obstacles. Le thème a été choisi de manière à ce que chacun y voit immédiatement le sens concret, **le lien avec sa vie** de tous les jours.

Guider les élèves dans le tri des informations (pédagogie de l'information). En leur demandant d'observer l'objet qu'ils ont choisi, d'analyser ses caractéristiques, son mode de fabrication, les métiers impliqués, on les amène à se focaliser sur les éléments importants pour documenter leur argumentation. Ils vont travailler avec internet et devront trier les données les plus pertinentes. Le sondage les familiarise avec une méthode de recueil d'informations. Les expériences et les tests envisagés pour différencier les produits les contraignent à se poser les bonnes questions. Une fois leur travail de recherche effectué, il s'agit d'en faire une synthèse.

Présentation du projet

A. Consignes et organisation

Un thème récurrent en science est d'entraîner chez nos élèves tout au long du Cycle 3 la démarche scientifique et c'est dans ce cadre que nous avons inscrit ce travail qui s'articule en plusieurs étapes :

1^{ère} partie : les élèves verbalisent les éléments qui utilisent pour choisir un produit.

2^{ème} partie : choix d'un produit de consommation à analyser et recherche d'informations générales sur le mode de fabrication, ainsi sur les métiers impliqués. Les élèves vont travailler par groupes de 4 à qui l'on va demander de choisir un produit de consommation courante remplissant les conditions suivantes : le produit ne doit pas coûter plus de 10 frs/pièce, pas encombrant, ayant une durée de 1 conservation supérieure à une semaine, accessible dans n'importe quel supermarché et offrant plusieurs choix aux consommateurs (marque, conditionnement, prix...). Ils doivent ensuite se renseigner sur les différentes étapes de production, des matières premières et des métiers qui y sont impliqués jusqu'à la présentation à l'étalage.

3^{ème} partie : Mise en place de la démarche scientifique

Démarche scientifique	Consignes
But :	Pour un produit donné, déterminer quel est le meilleur choix pour le consommateur et les quels métiers sont impliquer dans la production
Hypothèses :	Les élèves sont invités à émettre des hypothèses en fonction de leurs connaissances (de leurs préjugés, de leurs impressions, de leurs goûts)



	sur la production d'un produit ainsi qu'ils doivent établir une liste des métiers.
Matériel :	Chaque groupe va acquérir 3 conditionnements différents de ce produit.
Déroulement :	<p>Les analyses vont porter sur 5 caractéristiques déterminantes à comparer. Pour cela, il faut prévoir :</p> <ul style="list-style-type: none">• des protocoles d'expériences adéquats (résistance, conservation à température ambiante, test de présence de produits chimiques avec des indicateurs, etc.);• des recueils d'informations (composition en sucre, type d'huile, présence de produits chimiques toxiques, prix, volume de conditionnement, volume de déchets, type de matériaux à recycler, etc.).• un sondage auprès de consommateurs pour mieux comprendre ce qui motive leurs choix <p>Une exigence pour tous est de déterminer des métiers en liens avec un produit choisi.</p>
Résultats :	Pour chaque test, les résultats doivent être présentés de manière claire, ordonnée et compréhensible (tableaux, graphiques, listes, ainsi que des calculs statistiques et des moyennes si nécessaire).
Interprétation :	<p>Les élèves doivent rassembler les différentes données récoltées et en faire une synthèse. Le but ici est :</p> <ul style="list-style-type: none">• de savoir lequel des produits est le meilleur compromis ;• de mettre en évidence les professions les plus représentatives pour la production et marketing du produit choisi.

4^{ème} partie : envisager des améliorations possibles pour le produit testé qui pourraient éventuellement être suggérées aux fabricants.

5^{ème} partie : Chacun revient sur sa manière de choisir, verbalisée dans la 1^{ère} partie et la confronte avec le résultat des analyses.

6^{ème} partie : mise en commun du travail des différents groupes pour expliciter les stratégies à utiliser pour bien choisir un produit et mettre en évidence des métiers en liens avec la production des produits.

B. Moyens requis et coûts/budget



Ce projet présente l'avantage de ne pas demander de moyens particuliers pour sa réalisation de base. Il faut tenir compte du budget de départ, de 30 francs au maximum par groupes. Les groupes doivent pouvoir accéder à des ordinateurs branchés sur internet pour toutes les recherches concernant la fabrication des produits et des métiers impliqués.

De plus, chaque expérience envisagée par les élèves doit être faisable avec le matériel et les produits présents à l'école. Il est raisonnable de se dire que si les idées des élèves peuvent être réalisées à moindre frais, il vaut la peine de s'en donner les moyens, mais c'est à étudier au cas par cas. Il est difficile de prévoir un budget précis parce que celui-ci dépend des produits choisis par les élèves. Le facteur coût peut être très intéressant dans un travail comme celui-ci. Il permet de confronter les élèves à la réalité du monde socio-économique où il faut parfois se montrer inventif pour pouvoir réaliser ses projets malgré un manque de moyens. A l'opposé, on peut être amené à devoir renoncer si une idée n'est raisonnablement pas applicable.

Par contre, on peut envisager de nombreux prolongements à la colonne vertébrale de ce projet. Les moyens à prévoir peuvent s'avérer dans ces cas-là plus importants : si on demande par exemple aux élèves de réaliser des sondages enregistrés ou filmés pour entraîner d'autres objectifs liés au MITIC.

Difficultés ou obstacles à la réalisation du projet

Ce projet ne nécessite pas une mise en place complexe ou coûteuse. Une difficulté réside dans le fait qu'il s'articule à l'intérieur de l'école, mais aussi à l'extérieur. Il faut donc prévoir de le réaliser avec une classe de 10^e ou de 11^e qui ont déjà acquis une certaine autonomie. Effectuer un sondage dans son entourage sur un tel sujet ne devrait poser aucun problème. Les élèves seront très certainement motivés à le faire. Il est même possible de leur proposer de faire un micro-trottoir et d'enregistrer les réponses pour rendre l'exercice plus riche, si le temps à disposition est suffisant.

Les obstacles les plus difficiles à gérer peuvent surgir lors de l'élaboration et de la réalisation des expériences à faire en classe pour comparer les caractéristiques des produits. Selon ceux qui ont été choisis, elles peuvent nécessiter du matériel spécifique, des réactifs dont nous ne disposons pas ou qui sont onéreux. La crainte sur ce point serait une frustration des élèves ne pouvant pas aller au bout de leurs idées et c'est justement ce que nous voulons essayer d'éviter dans ce projet.



Le rôle de l'enseignant est déterminant dans ce cas, car il faudra expliquer aux élèves les limites réalistes de leurs intentions sans pour autant les motiver. Comme la première partie du projet est consacrée à la découverte des étapes de fabrication des produits, cela laisse du temps à l'enseignant d'envisager les différents tests qui pourraient être proposés par les élèves et anticiper les conditions de réalisation pour voir s'ils ne sont pas tout de même faisables. Cela permet de proposer aux groupes des alternatives si besoin est.

Pour les recherches sur la fabrication et des métiers, il est nécessaire d'avoir à sa disposition une salle d'informatique équipée. Également on peut demander aux élèves de prendre contact par lettres avec les fabricants et leur faire remplir un questionnaire. Le travail de rédaction sera dans ce cas plus important que celui qui concerne le tri des informations sur le web.

Ce projet met en évidence du processus de fabrication et les métiers qui y sont rattachés. Il peut à ce moment-là être effectué dans le cadre d'un cours de français, d'allemand, de géographie ou même d'histoire (en s'intéressant aussi à l'historique du produit), par exemple.

Réflexions critiques

Apports et ouvertures pour les élèves

Ce projet nous a permis à donner le sens de la démarche orientante dans son aspect théorique et pratique. On a choisi ce type de projet pour être le plus concret possible dans la stratégie d'apprentissage des élèves. En effet, en amenant les exemples concrets à travers des produits de consommation, les élèves peuvent s'inspirer de ces dernières et de déconstruire par eux-mêmes certains stéréotypes. Cela implique la confiance en soi et permettra ainsi de développer leur efficacité personnelle.

Pour ce projet, notre intention pédagogique est de présenter aux élèves une démarche orientante différente. De plus, notre but est d'augmenter l'efficacité personnelle des élèves, c'est-à-dire leur sentiment d'être capable d'accomplir une tâche : à travers les recherches scientifiques sur les produits de consommation arriver à découvrir des métiers qui se cachent derrière des produits. Pour se faire, nous pensons à mener un projet interdisciplinaire pendant les cours de Sciences de la nature. Par conséquent, il respectera les objectifs du PER de cette discipline mais également les autres disciplines à savoir l'Allemand. Ce projet respectera aussi les visées de la formation générale du PER.



D'autre part, ce projet peut être assez ambitieux en termes de temps dans sa réalisation. Il devrait être réalisé avec plus de temps car il faudrait d'abord choisir des produits de consommation pour ensuite rechercher des métiers en liens. En ayant plus temps, l'élève pourra murir dans sa réflexion sur son futur parcours scolaire en anticipant le parcours professionnel. Ce projet pourra être prolongé en faisant travailler les élèves en groupe suivant la similitude des métiers choisis pour favoriser les débats et les échanges.

Les apports du cours dans notre pratique professionnelle

Comme nous n'avons jamais été confrontées dans le cadre de notre pratique à l'orientation professionnelle de nos élèves, ce travail, ainsi que ce module, nous ont permis d'ouvrir notre réflexion sur ce thème. Même si la finalité, à savoir donner aux apprenants le plus d'informations possibles et les aider à entreprendre et à réaliser leurs démarches d'orientation, reste la même depuis des années, nous avons découvert une nouvelle "philosophie" de l'orientation, la démarche orientante. Cette approche se veut pratique, présente en filigrane dans toutes les branches, la plus concrète possible et non contraignante en ne visant pas le choix proprement dit, mais le processus permettant de le guider.

Une bonne connaissance des personnes ou des documents ressources est également primordiale. Ce module nous a donné les renseignements nécessaires sur les professionnels de l'orientation vers qui nos élèves pourront trouver écho, et nous aussi d'ailleurs. Une démarche orientante ne se met pas en place en une heure, mais c'est à petits pas, avec de bonnes bases théoriques, des pistes pratiques, des outils concrets que nous parviendrons aux meilleurs résultats.

Les éléments concrets que nous pouvons fournir aux élèves devraient les aider à mieux se connaître, à prendre confiance en eux, à élargir leur horizon en termes de formations ou de professions possibles. Il s'agit de les encadrer pour qu'ils puissent donner une chance à leurs rêves en tenant compte de la réalité du monde professionnel, leur permettant ainsi de trouver le "compromis noble".

Etant donné qu'actuellement nous ne sommes pas engagées comme des enseignantes, la prise de conscience et les pistes amenées par ce cours, nous démontre que si un titulariat nous est un jour confié, nous serons à même de travailler dans nos classes en accord avec la philosophie de la démarche orientante.



Bibliographie

Bandura A., (2002), Auto-efficacité : le sentiment d'efficacité personnelle, Edition De Boeck Université, Paris.

Beudet, J. (2001) « Travailler ensemble pour éduquer au travail ». In. Pelletier, D. Pour une approche orientante de l'école québécoise : concepts et pratiques à l'usage des intervenants. Septembre éditeur, pp. 49-52.

Dettwiler I., Vergère C., (2021). Cours « Démarches orientantes » n°103.402, (2021), HEP-VS, St-Maurice.

CIIP. (2010, 2016). PER (Plan d'Etudes Romand). Repéré à <https://www.plandetudes.ch/>

Quiesse, J.-M., Ferré, D. et Rufino, A. (2007). L'approche orientante, une nécessité. Tome I. Oser l'approche orientante, pourquoi ? Tome II. Oser l'approche orientante, comment ? Paris : Qui plus