



ÉCOLE NATIONALE
D'ADMINISTRATION
PUBLIQUE

PLAN DE COURS

HIVER 2024

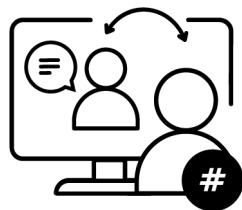
Marketing des administrations et des gouvernements à l'ère numérique

Professeur : Philippe Dubois

Courriel : philippe.dubois@enap.ca

Disponibilité : Sur rendez-vous

Sigle du cours : ENP7158, groupe 1#



COMODAL

TABLE DES MATIÈRES

DESCRIPTIF DU COURS	3
OBJECTIFS DU COURS.....	3
COURS PRÉALABLE	3
MODALITÉS DU COURS	3
CHARGE DE TRAVAIL	4
APPROCHE D'ENSEIGNEMENT	4
ÉVALUATION DES APPRENTISSAGES.....	5
MATÉRIEL PÉDAGOGIQUE	7
CONTENU.....	7
CALENDRIER HIVER 2024.....	8
INTÉGRITÉ ET HONNÊTETÉ INTELECTUELLE	9
SERVICE À LA COMMUNAUTÉ ÉTUDIANTE.....	9
BIBLIOGRAPHIE GÉNÉRALE	9



DESCRIPTIF DU COURS

Ce cours porte sur les stratégies et les outils du marketing à la portée des administrations publiques et des gouvernements à l'ère numérique. Il permet de comprendre quels sont les principaux objectifs du marketing public, de reconnaître ses manifestations et de concevoir ses rôles au regard des fonctions et des types de communication publique. De manière transversale, le cours traite des possibilités offertes par le numérique et les médias sociaux à des fins de marketing public, et des défis que cela engendre.

En accordant une importance autant aux processus qu'aux tendances et aux enjeux, ce cours permet d'acquérir une solide compréhension du marketing public à l'ère numérique. Dans une perspective d'apprentissage actif, le développement de compétences est maximisé par la mise en action des étudiantes et des étudiants à l'occasion d'activités de mise en application.

OBJECTIFS DU COURS

- Définir le marketing des administrations et des gouvernements ainsi que les principaux concepts de communication publique qui y sont associés;
- Comprendre les processus et les outils inhérents au marketing des administrations et des gouvernements;
- Identifier les manifestations et les rôles du marketing des administrations et des gouvernements au regard des fonctions et des types de communication publique;
- Concevoir un plan basé sur l'approche marketing en contexte public;
- Analyser les enjeux et les défis que pose le marketing public et politique à l'ère numérique.

COURS PRÉALABLE

Aucun cours préalable n'est exigé. Notez que le cours [ENP7341-29 Stratégie et gestion des médias sociaux](#) peut être complémentaire à celui-ci.

MODALITÉS DU COURS

Le **cours comodal (#)** combine simultanément les modes présentiel et virtuel. Les séances synchrones ont lieu simultanément au campus principal de l'ENAP à Québec et en classe virtuelle (Zoom). Notez que **les personnes inscrites au campus de Québec doivent se présenter sur le campus pour suivre le cours**, sauf en cas d'exception ayant préalablement été autorisée par le professeur.

Les personnes de l'extérieur qui suivront le cours via Zoom doivent obligatoirement disposer d'une bonne connexion à Internet, d'une caméra et d'un micro. **La caméra des participantes et des participants doit demeurer allumée tout au long des séances.**

Ce cours est offert uniquement en mode synchrone. Aucun enregistrement ne sera disponible pour consultation ultérieure.

Que ce soit en présentiel ou à distance, la présence et la participation active à toutes les séances sont non seulement requises, mais nécessaires pour réussir le cours.

CHARGE DE TRAVAIL

Il s'agit d'un **cours de deuxième cycle universitaire**. La charge de travail attendue est donc conséquente. Les étudiantes et les étudiants sont réputé(e)s aptes à suivre un cours universitaire de cycle supérieur. Au besoin, elles et ils ont la responsabilité de faire appel aux ressources d'aide mises en place par l'ENAP afin de s'outiller adéquatement (ex. [Services à la communauté étudiante](#), [Bibliothèque de l'ENAP](#), etc.).

Selon le *Règlement des études*, un crédit correspond normalement à quarante-cinq (45) heures de formation ou d'apprentissage, incluant l'évaluation et le travail individuel de l'étudiante ou de l'étudiant.

Un cours de 3 crédits correspond donc à une charge de 135 heures de travail, répartie ainsi :

Charge de travail attendu	Enseignement synchrone	Lectures obligatoires, travaux et évaluations
Cours de 3 crédits	45 heures	90 heures

APPROCHE D'ENSEIGNEMENT

Adoptant une **approche mixte combinant des exposés magistraux et des activités de mise en application favorisant l'apprentissage actif**, ce cours permet aux étudiantes et aux étudiants de se familiariser avec la matière, d'avoir une réflexion critique sur celle-ci et de se l'approprier à l'occasion de la réalisation d'un séminaire (séance 12) ainsi que d'un travail pratique en équipe. Ainsi, ce cours comporte :

- Des lectures préparatoires obligatoires ;
- Des présentations magistrales offertes par le professeur ;
- Des activités de mise en application ;
- Une série d'autoévaluations formatives dont la réalisation est facultative.

Normes de présentation des références bibliographiques dans les travaux

La présentation des références bibliographiques dans le texte en bibliographie doit respecter les normes de l'[APA, 7^e édition](#). Au besoin, consultez le personnel de la Bibliothèque de l'ENAP.

Disponibilité du professeur

Le professeur est disponible, **sur rendez-vous**, pour rencontrer les étudiantes et les étudiants. Cela peut se faire sur le campus principal à Québec (bureau 5012) ou via Zoom. Les rendez-vous se prennent par courriel à philippe.dubois@enap.ca.

Il est important de **toujours utiliser votre adresse @enap.ca et de consulter votre boîte courriel régulièrement**.

ÉVALUATION DES APPRENTISSAGES

Descriptif des évaluations

Dans une perspective d'évaluation en continu des apprentissages, et afin de donner un maximum d'occasions aux étudiantes et étudiants de les mettre en application, la stratégie d'évaluation de ce cours se base sur une variété d'activités sommatives prenant diverses formes :

Évaluations	Points	Dates de remise
Compréhension (30%) – individuellement		
Test-éclair 1	10%	6 février
Test-éclair 2	10%	5 mars
Test-éclair 3	10%	2 avril
Analyse (30%) – individuellement		
Capsule récap' 1 (sur Flip)	10%	16 février
Capsule récap' 2 (sur Flip)	10%	15 mars
Participation active au séminaire (séance 12)	10%	9 avril
Mise en application (40%) – en équipe		
Plan marketing – étape 1	10%	1 ^{er} mars
Plan marketing – étape 2	10%	19 avril
Présentation du plan marketing (séance 13)	10%	16 avril
Participation active aux travaux d'équipe	10%	19 avril
Total	100	

Consignes et critères d'évaluation

Les consignes et les grilles d'évaluation pourront être consultées sur le portail Athenap.

Pondération

L'évaluation des apprentissages est régie par le [Règlement des études](#) et par la [Politique et règles administratives relatives à l'évaluation des apprentissages](#) de l'ENAP. S'ajoutent à ces balises les modalités suivantes :

- La remise en **retard** des travaux entraînera une pénalité d'un point par jour (incluant les jours fériés, les samedis et les dimanches). Après une semaine (7 jours) de retard, la note zéro (0) sera automatiquement attribuée.
- Conformément à la [Politique relative à l'usage et à la qualité de la langue française](#) de l'ENAP, il est attendu que tous les travaux et les examens soient rédigés dans un français de qualité. En ce sens, une pénalité d'un maximum de 10% de la note finale d'une évaluation pourra être appliquée à raison de 0,2 point par faute.
- Les grilles d'évaluation des travaux écrits prévoient également la perte de points lorsque des manquements relatifs à la **citation des sources** sont observés.
- Enfin, toute tentative de **tricherie ou plagiat** telle que décrite au [Règlement relatif au plagiat, à la tricherie et autres actions ou comportements répréhensibles liés à la poursuite d'études à l'ENAP](#) sera sanctionnée conformément aux modalités en vigueur et entraînera automatiquement l'attribution de la note zéro (0). Les mesures disciplinaires appropriées seront également appliquées par les autorités universitaires compétentes.

Notation

La notation est réalisée conformément à la [Politique et règles administratives relatives à l'évaluation des apprentissages](#), selon les barèmes suivants :

Notation littérale	Notation chiffrée (%)	Cote correspondante
A+	96 – 100	4,3
A	90 – 96	4,0
A-	85 – 89	3,7
B+	82 – 84	3,3
B	78 – 81	3,0
B-	75 – 77	2,7
C+	71 – 74	2,3
C	66 – 70	2,0
E (échec)	65 et moins	0

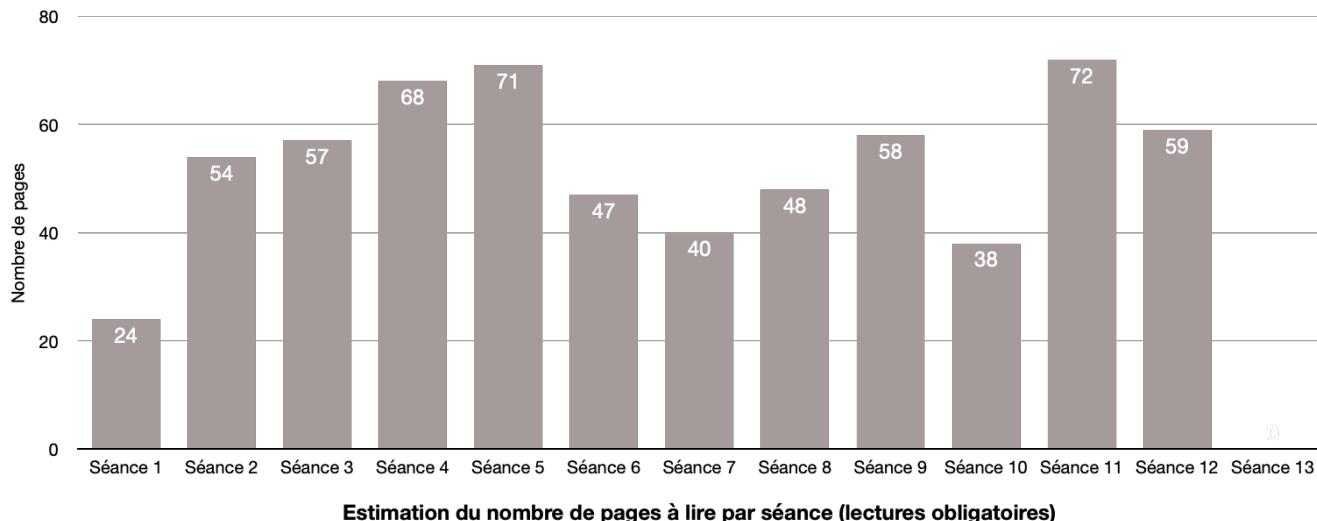
CONTENU

Le contenu du cours se décline ainsi :

- Des **lectures obligatoires** à faire avant les séances ;
- Des lectures et du matériel complémentaires à consulter au besoin ou selon l'intérêt ;
- Des **séances de cours synchrones** hebdomadaires obligatoires ;
- Des **activités de mise en application** pour valider les apprentissages et mesurer la capacité de mise en pratique des acquis.

Les étudiantes et les étudiants ont la responsabilité de se préparer convenablement en prévision des séances. Pour être en mesure de suivre les séances et réaliser les activités de mise en application, **toutes les lectures obligatoires doivent avoir été faites** préalablement. Le professeur pourra, au besoin, répondre à des questions sur leur contenu. Toutefois, notez que **les présentations magistrales ne servent pas à résumer les lectures obligatoires**. Les lectures sont plutôt le point de départ de la matière abordée lors des séances en classe.

La charge de travail associée aux lectures obligatoires correspond à celle normalement attendue pour un cours universitaire de deuxième cycle. La figure suivante montre un estimé de la charge de lecture hebdomadaire (incluant les pages titres, de notes ou des bibliographies) :



MATÉRIEL PÉDAGOGIQUE

Tout le matériel nécessaire à la réalisation de ce cours, incluant la liste complète des lectures obligatoires, est disponible sur Athenap.

CALENDRIER HIVER 2024

SÉANCES	CONTENU
Séance 1 9 janvier	Introduction générale au cours et à sa thématique
Séance 2 16 janvier	Les bases du marketing en contexte public
Séance 3 23 janvier	Approches et modèles du marketing en contexte public
Pas de séance 30 janvier	Période allouée pour le travail en équipe
Séance 4 6 février	Marketing des institutions publiques et des gouvernements
Séance 5 13 février	Marketing des lieux, des villes et des nations
Séance 6 20 février	Marketing des prestations et des services
Pas de séance 27 février	Semaine de lecture
Séance 7 5 mars	Marketing et politiques publiques
Séance 8 12 mars	Marketing social
Séance 9 19 mars	Marketing interne
Séance 10 26 mars	Marketing et gestion de crise
Séance 11 2 avril	Les citoyen(ne)s et le marketing public
Séance 12 9 avril	Défis et enjeux éthiques du marketing public (séminaire)
Séance 13 16 avril	Présentation des travaux d'équipe

INTÉGRITÉ ET HONNÊTETÉ INTELLECTUELLE

L'ENAP accorde une haute importance à la déontologie académique. Il incombe à l'ensemble de la communauté étudiante de comprendre ce que l'on entend par le manquement à l'honnêteté intellectuelle selon le [Règlement relatif au plagiat, à la tricherie et autres actions ou comportements répréhensibles liés à la poursuite d'études à l'ENAP](#). Tout manquement sera sanctionné conformément à ce règlement.

Vous devez vous inscrire et terminer votre apprentissage proposé dans [Réflexe](#) pour obtenir votre badge, symbole de votre engagement à remettre des travaux originaux et documentés. La formation « [Les bonnes pratiques de citation](#) » est aussi offerte par la Bibliothèque de l'ENAP.

SERVICE À LA COMMUNAUTÉ ÉTUDIANTE

[Info-services](#) vous oriente vers le service adapté à vos besoins.

Personnes en situation de handicap

Les Services à la communauté étudiante de l'ENAP (SCE) ont pour mandat de soutenir les personnes en situation de handicap dans la réalisation de leur projet d'études, de concert avec le corps professoral et les chargé(e)s d'enseignement. Le personnel des SCE peut vous accompagner, sur demande, dans l'élaboration, la réalisation et la coordination d'un plan de service personnalisé, en collaboration avec votre professeur. N'hésitez pas à en parler à votre professeur pour qu'il vous dirige vers leurs services en toute confidentialité ou encore contactez-les directement à sce@enap.ca.

Politique de prévention et de lutte contre les violences à caractère sexuel

L'ENAP estime que toutes les personnes qui composent la communauté universitaire devraient pouvoir compter sur un milieu de travail, d'études ou de prestation de services exempt de toute forme de violences à caractère sexuel. Pour en savoir plus, consulter la politique [Politique de prévention et de lutte contre les violences à caractère sexuel](#).

Pour avoir du soutien, faire un signalement ou une plainte :

Ligne d'intervention – Violences à caractère sexuel : 1-866-220-7114

BIBLIOGRAPHIE GÉNÉRALE

Voir la page Athenap du cours.