



# La Gamification pour enseigner. Quel apport pour les compétences acquises par les étudiants ?

De la théorie à la pratique

Pascal **BRASSIER**  
IAE Clermont Auvergne School of Management

# GAMIFIER, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Business games, serious games: tendance forte dans l'enseignement supérieur

Quels partages dans la "communauté" pédagogique ?  
Impact sur la pratique ?

- Influence sur les perceptions des étudiants quant aux pratiques managériales, avant d'être en contexte professionnel?
- Influence sur leur engagement dans l'apprentissage actif ?
- Une palette de jeux / retour d'expérience
- Précautions d'usage
- Et l'ApC dans tout ça ?...



# LA GAMIFICATION EN THÉORIE



## **GAMIFICATION-LUDIFICATION**

“Designing a non-game activity as a game”

(Kapp, 2012)



## **Gamification situationnelle**

“embedding learning in real-world contexts that situate and embody meaning”

(Crocco, 2016, p.15)



**Simulations** En management, vente, achats, etc., jeux de rôle réalistes

(Croson, 1999; Eliashberg et al., 1992; Gastinger, 2015; Murnighan, 1991)



“**Recreation** of a real-world situation, designed to explore key elements of that situation”

(Usherwood, 2015)

# DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Enseignants, leaders  
transformationnels –  
Engagement moral

(Turner and al., 2002)

Challenge international –  
L'inconnu interculturel

(Turley and Shannon, 1999)

Compétences technologiques,  
facilitatrices **ET** freins  
Ressources vs. performance ?

(McCorkle, Alexander and Reardon, 2001)

Situations interculturelles :  
coopération, co-construction,  
échanges → Améliorer les  
compétences : empathie,  
communication interpersonnelle,  
ouverture d'esprit, etc.

(Witte, 2014)



# ENGAGEMENT DANS L'APPRENTISSAGE

## DEFINITION ?

Pas de consensus clair

→ Investissement de soi

(Deci & Ryan, 1985; Fredricks et al. 2004;  
Rich, Lepine & Crawford, 2010...)

Empowerment de l'apprenant,  
recherche d'information,  
accompagnement de l'action →  
étudiants engages en amont

**(pre-game)**

(Parsons & Taylor, 2011; Russell & Slater, 2011)

## 3 DIMENSIONS

Comportementale, cognitive,  
émotionnelle

(Fredricks et al. 2004)

Réalisation des tâches, effets  
sur leur relations  
(collaboration), etc.

Birch & Ladd, 1997; Russell & Slater, 2010;  
Sagayadevan & Jeyaraj, 2012...



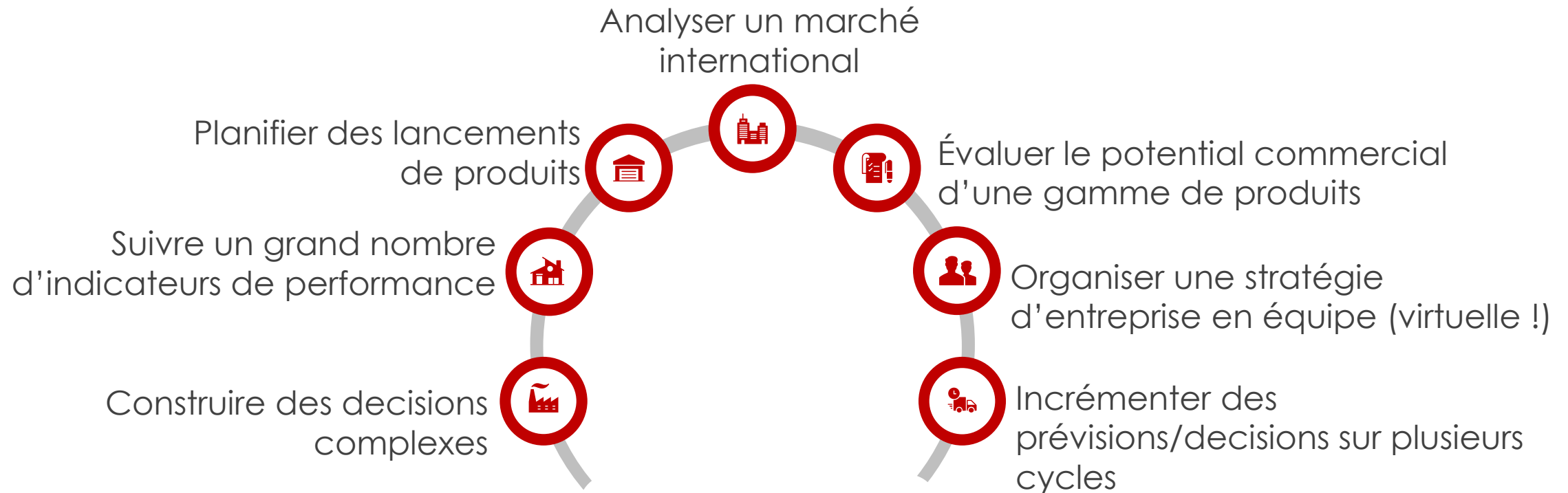
# DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Acquisition via une immersion réaliste  
(exemple 1: French-German Business Game)



# DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Acquisition via une immersion réaliste  
(exemple 2 : Marketing Game IAE France)



# DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES



+ Compétences transversales





# ELEMENTS DE CONTEXTE DES JEUX

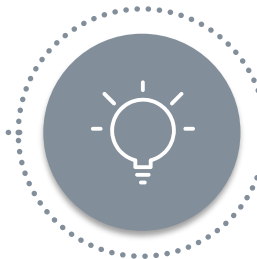
Réalité = environnement  
"normal" pour des étudiants



Diversité Culturelle,  
domaine, langue...



Distance géographique,  
espace virtuel



Canaux de communication  
électroniques

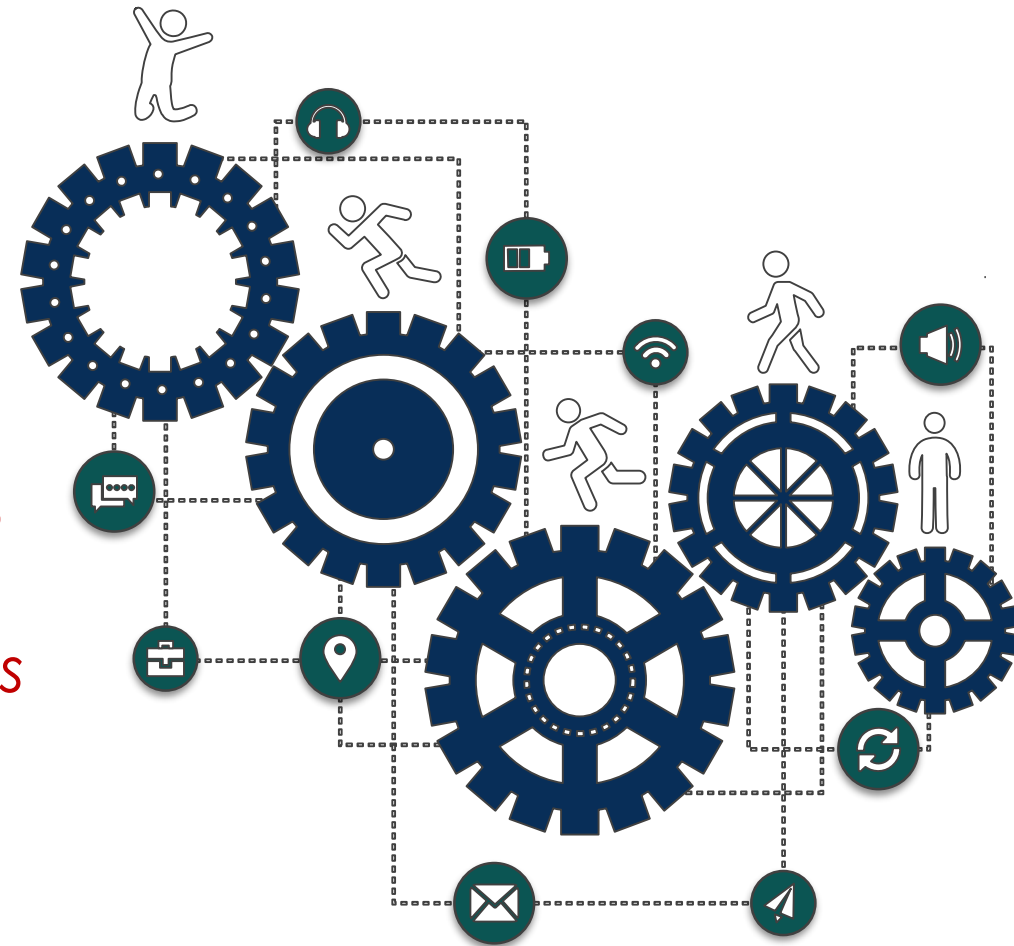


Agir en expert et en équipe

# ORGANISATION D'UN JEU ,SERIEUX'

5 étapes de la gamification :

- (1) Déterminer cible(s) & contexte*
- (2) Définir les objectifs d'apprentissage*
- (3) Concevoir la structure de l'expérience de jeu*
- (4) Planifier & fournir les ressources requises*
- (5) Superviser & évaluer l'action dans le cadre des objectifs pédagogiques*



# ,MES' JEUX

- **Global Business game** : simulation de négociation internationale (M2)
- **Compit** : serious game achat (M2 mixés)
- **IAE France Cesim game** : serious game marketing international (35 IAE, en ligne/présentiel)
- **SimUSell** : serious game management commercial (M1, MBA internationaux Pologne, IAE confrères)

**Cesim MARKETING**

Decisions area: Jared Wright | Latest changes: No changes | Round 2: 707d 11:25:56 | Team: Green | JW | AR | HB

HOME DECISIONS RESULTS SCHEDULE TEAMS READINGS FORUMS

Tutorial Market outlook Products **Markets** Customer care R&D Decision checklist

Europe Asia Projections

Europe

Product 1 Normie Miracle

**Product**

Target market area	Both
Design	Classic
Performance	55
Battery life	40
Variable Unit Cost Estimate, €	164.23

**Price, €**

	This Round	Δ %	Last Round
Sales Price	250.00	-14	290.00
Variable Unit Cost	164.23	-0	164.92
Unit Margin Before Advertising	85.77	-31	125.08

**Advertising, k €**

	Households			High-End Households		
	This Round	Δ %	Last Round	This Round	Δ %	Last Round
Sales Forecast, k units	10.0	227	3.1	10.0	151	4.0
* Unit Margin, €	85.77	-31	125.08	85.77	-31	125.08
Gross profit	858	124	383	858	72	499
- Advertising	15	0	15	15	0	15
Margin After Advertising	843	129	368	843	74	484

	Companies			High-End Companies		
	This Round	Δ %	Last Round	This Round	Δ %	Last Round
Sales Forecast, k units	15.0	427	2.8	15.0	160	5.8
* Unit Margin, €	85.77	-31	125.08	85.77	-31	125.08
Gross profit	1287	261	356	1287	78	723
- Advertising	15	0	15	15	0	15

**Channels** Size of Market Products

Sales by Distribution Channel in Europe, %

Legend: Online (blue), Generalist (green), Specialist (red)

# RETOURS D'EXPERIENCE



*Construire une “vraie” situation professionnalisante ;  
la théorie devient pratique*



*Faire percevoir un ‘réel’, (ex: négocier avec  
de “vrais” étrangers avec un enjeu)*



*Meilleure perception des habitudes et des  
pratiques nécessaire dans le future métier*

# RETOURS D'EXPERIENCE



Tester → Généralisation contrôlée (Année 2)



Design du jeu : une innovation complexe, destinée à créer une S.A.E pertinente, pour les étudiants **ET** les enseignants



Forte influence de l'accompagnement sur les perceptions des participants



Les encadrants doivent se construire une expérience dans l'animation du jeu, et trouver le bon équilibre contrôle/liberté

# RETOURS D'EXPERIENCE



Certains étudiants se plaignent vite (zone de confort...) : préparer le briefing adéquat



Leur perception d'un „problem“ est- liée à leur maturité ?

Un calcul complexe ?

Obtenir des réponses des partenaires réalistes ? Etc.



But d'un jeu : montrer que dans la vie professionnelle, peu de choses sont de **vrais** problèmes



Trop concentrés sur les aspects “business” ou techniques → ils oublient les aspects relationnels et humains



# La Gamification pour enseigner. Quel apport pour les compétences acquises par les étudiants ?

A photograph of a person's hands interacting with a tablet computer. The person is wearing a dark grey long-sleeved shirt. The tablet screen displays a website with various articles and images. In the foreground, a white cup of coffee is visible on a saucer. The background is a light-colored desk with some papers and a pen.

**Discutons !**