

savoir

EXPLIQUER EN QUOI LES
RÉSEAUX SOCIAUX PEUVENT
CONTRIBUER À LA FOIS AU
RENFORCEMENT DES LIENS
SOCIAUX ET À L'EXCLUSION
SOCIALE



S1

savoir

EXEMPLIFIER LE LIEN QUI
EXISTE ENTRE OFFRE,
DEMANDE ET PRIX



ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

S1

savoir

EXEMPLIFIER DES FACTEURS
QUI INFLUENT L'OFFRE
ET LA DEMANDE



ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

S1

savoir

IDENTIFIER DES MODES DE
PRÉSENTATION DE SOI ET
DE RELATION AUX AUTRES
DANS L'ESPACE NUMÉRIQUE
ET LEURS EFFETS SUR SOI ET
SUR LES AUTRES



ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

S1

savoir

IDENTIFIER DES RÈGLES QUI
ENCADRENT/LIMITENT DES
PRATIQUES VIRTUELLES



S1

savoir

DISTINGUER COMMERCE
TRADITIONNEL ET E-
COMMERCE DU POINT DE
VUE TANT DU
CONSOMMATEUR QUE DE
LEURS IMPACTS
(ENVIRONNEMENTAUX,
SOCIAUX, ETC.)

ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

S1



savoir

EXEMPLIFIER DES PRATIQUES
DE CONSOMMATION
COLLABORATIVE ET D'E-
COMMERCE DIFFÉRENTES



ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

S1

savoir

COMPARER LES FONCTIONS
DE L'AGENT ÉCONOMIQUE «
MÉNAGES » SUR LE MARCHÉ
TRADITIONNEL ET LE
MARCHÉ COLLABORATIF.

ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

S1



savoir-faire

IDENTIFIER LES VARIATIONS
DU PRIX D'ÉQUILIBRE DANS
DES CAS CONCRETS DE
RENCONTRE ENTRE L'OFFRE
ET LA DEMANDE



S1

savoir-faire

IDENTIFIER LE POUVOIR
QU'EXERCENT DES
INFLUENCEURS AU TRAVERS
DE PRATIQUES NUMÉRIQUES



ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

S1

savoir-faire

COMPARER DIFFÉRENTES
MANIÈRES DE « SE METTRE
EN SCÈNE » SUR LES RÉSEAUX
SOCIAUX



ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

S1

savoir-faire



ENSEIGNEMENT CATHOLIQUE

S1

savoir-faire



S1

savoir-faire



S1

savoir-faire



S1

savoir-faire



S1

compétence

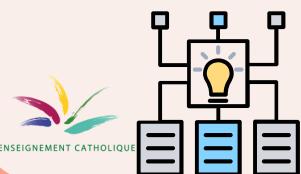
QUESTIONNER LA CAPACITÉ
ET LA POSSIBILITÉ POUR
TOUT INDIVIDU DE
PARTICIPER À DES ÉCHANGES
ÉCONOMIQUES ET SOCIAUX
DANS L'ESPACE NUMÉRIQUE)
ET CERTAINS DE LEUR(S)
IMPACT(S)



S1

compétence

IDENTIFIER DES INFLUENCES
SUR L'ORGANISATION DE LA
VIE SOCIALE DES
SPÉCIFICATIONS D'OUTILS DE
COMMUNICATION NUMÉRIQUE
(EX. : ALGORITHMES, « BULLES
COGNITIVES », FAUSSES
NOUVELLES, ETC.)



S1

compétence

FORMULER UN AVIS
ARGUMENTÉ SUR DIFFÉRENTES
PRATIQUES DE COMMERCE À
PARTIR DE L'ANALYSE DES
IMPACTS DE LA
CONSOMMATION
COLLABORATIVE ET DE L'E-
COMMERCE PAR RAPPORT AU
COMMERCE TRADITIONNEL



S1

compétence



S1

compétence



S1

compétence



S1

compétence



S1