

Nom de l'offre :										
Critère	N°	Indicateur	vrai	plutôt vrai	plutôt faux	faux	infos manquent / impossible à évaluer	non pertinent	Remarques	
Concept										
Critère 1 : Pertinence	1.1	La thématique abordée par l'offre est clairement définie et il est indiqué en quoi ce thème est important et actuel .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	1.2	Les objectifs de l'offre sont formulés de manière claire et concrète. Evaluation selon critères SMART.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	1.3	Le message principal de l'offre est clairement identifiable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	1.4	Le média choisi (support, outil de diffusion) de l'offre est clairement identifiable.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	1.5	Les destinataires / groupes cibles généraux, voire spécifiques de l'offre sont définis et décrits.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
Critère 2 : Cohérence	2.1	Les objectifs, le contenu et le média choisi (support, outil de diffusion) sont cohérents entre eux.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
Critère 3 : Transparence	3.1	Le prestataire de l'offre est déclaré.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	3.2	Les organisations partenaires éventuelles sont déclarés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	3.3	Le financement de l'offre et celui du prestataire sont déclarés.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Surtout pertinent pour les organisations subventionnant l'offre.	
Critère 4 : Ethique	4.1	L'offre ne comprend pas de contenu discriminatoire .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	4.2	La protection des données est garantie.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pertinent uniquement pour les offres en ligne .	
Critère 5 : Assurance qualité	5.1	L'offre a été évaluée .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
Contenu										
Critère 6 : Actualité	6.1	Le contenu de l'offre est actuel .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
Critère 7 : Adéquation aux destinataires	7.1	Le contenu de l'offre est en rapport avec l' univers de vie des destinataires.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	7.2	Le langage est adapté aux destinataires.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
Critère 8 : Objectivité	8.1	L'offre transmet des connaissances théoriques (savoirs) et pratiques (savoirs-faire) spécifiques.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	8.2	Les avantages et les risques de l'utilisation des médias sont présentés de manière équilibrée.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	8.3	L'offre mentionne de plus amples sources d'informations et de conseils , p.ex. des adresses et liens utiles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
Didactique										
Critère 9 : Structuration	9.1	Le contenu est présenté dans une structuration / un enchaînement logique .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
Critère 10 : Méthode de communication	10.1	La méthode adoptée pour communiquer le message est en rapport avec l' univers de vie des destinataires.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	10.2	La méthode adoptée invite à la réflexion critique et à l' approfondissement .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	10.3	La méthode adoptée incite les destinataires à changer de comportement , c'est-à-dire à reprendre le contenu de l'offre et à l'appliquer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	10.4	Les connaissances préalables et les compétences requises par le formateur / la formatrice sont clairement définies.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pertinent que pour les offres FACE-A-FACE.	
Critère 11 : Média (support, outil de diffusion)	11.1	Le média choisi (support, outil de diffusion) est approprié à la matière et aux destinataires .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	11.2	Le média choisi (support, outil de diffusion) est attrayant et convivial du point de vue visuel .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	11.3	L'outil en ligne fonctionne de manière impeccable au niveau technique ; il est facile d'emploi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Pertinent uniquement pour les offres en ligne .	
Vente										
Critère 12: Marketing	12.1	Le marketing est approprié pour atteindre le groupe cible.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Surtout pertinent pour les organisations subventionnant l'offre.	
	12.2	La manière de réserver ou commander l'offre est indiquée clairement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
	12.3	Le prix de l'offre et l' investissement en temps requis sont indiqués clairement.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		