

UTILISER LES IA GENERATIVES EN PEDAGOGIE

DEC35

MARS 2024

Make an impact



Emmanuelle HOUET PACIFICI
Directrice Laboratoire d'innovation
pédagogique EDHEC Business School

Emmanuelle.houet@edhec.edu



Make an impact



Quelques généralités



MARS 2024

Make an impact



Les IA génératives textuelles les plus courantes

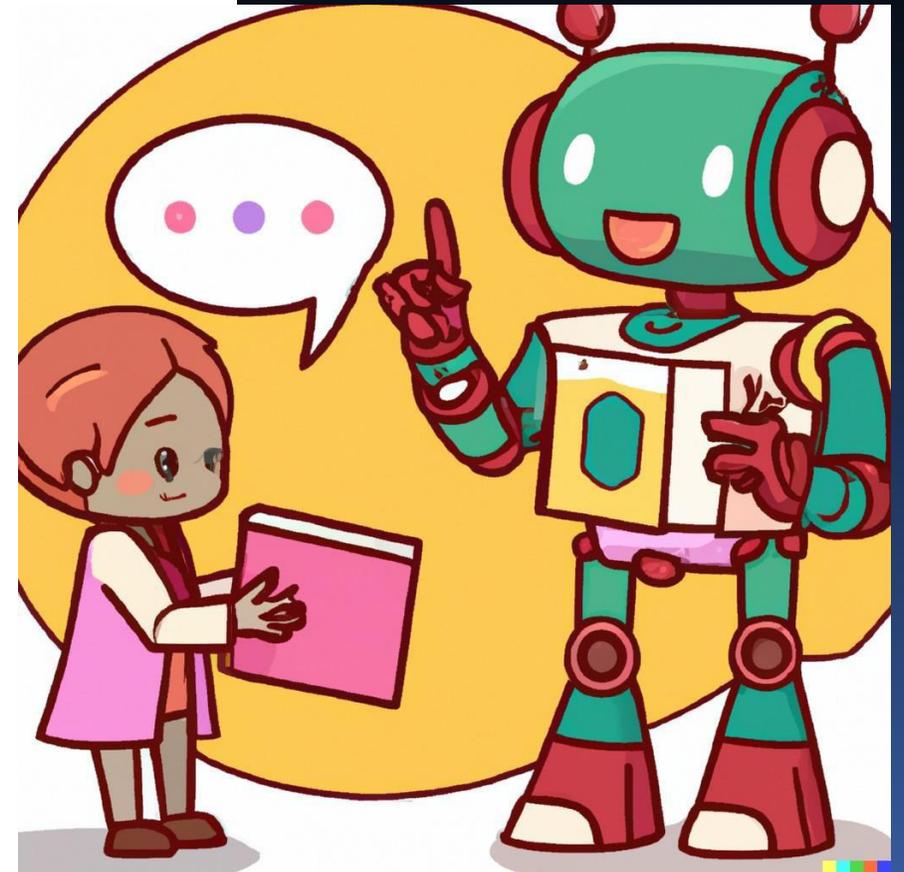
- Chat GPT 3.5 : version gratuite lancée en Nov 22 (non reliée au web et basée sur des données antérieures à 2021)

<https://chat.openai.com/auth/login>

- Chat GPT4: version payante lancée en mars 23

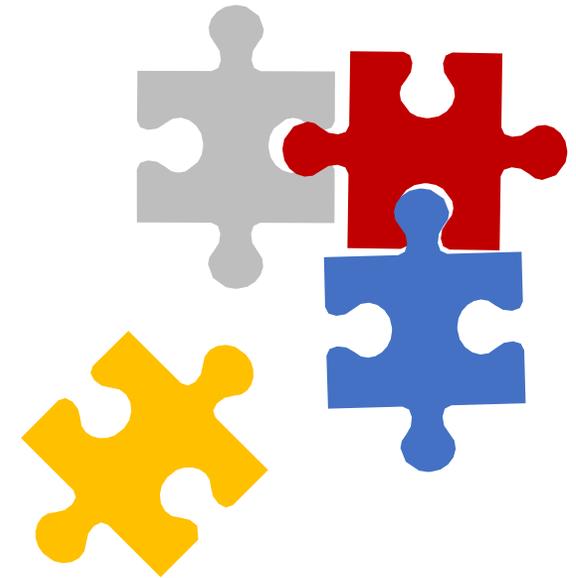
- Copilot (Bing): version augmentée du moteur de recherche Bing

- Google Gemini (ex Bard)= version IA de Google



Que sait faire une IA générative?

- La génération de texte
- La compréhension du langage naturel
- Le dialogue
- La synthèse vocale
- La complétion de texte
- La génération de code informatique
- analyser les images et vous en faire une description précise
- générer un site web fonctionnel
- Travailler l'apprentissage des langues
- Générer des images
- Générer des vidéos
- ...



Quelques applications très pratiques



MARS 2024

Make an impact



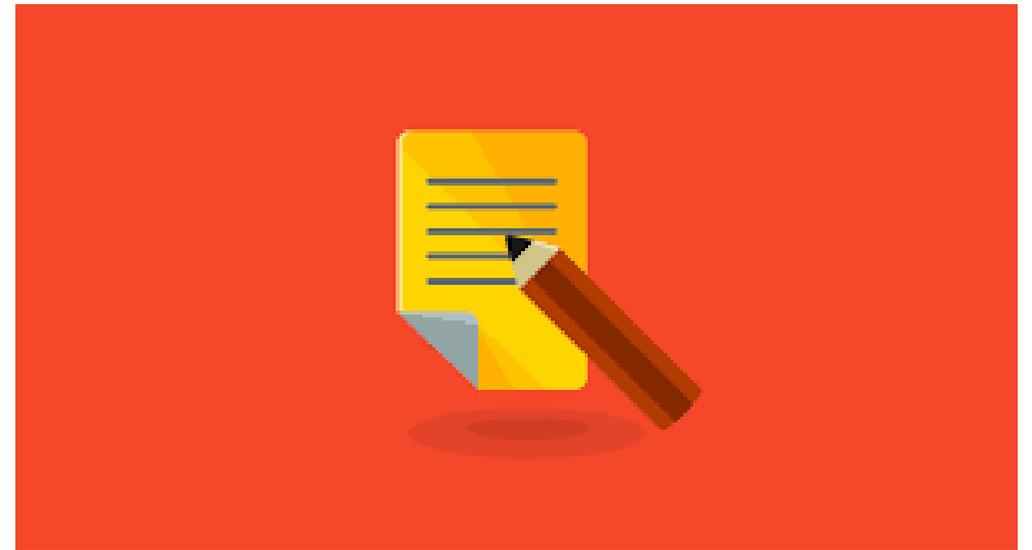
Créer des supports de cours en quelques secondes

- Canva : https://www.canva.com/fr_fr/ (free)
- Gamma <https://gamma.app/> (free)
- Tome <https://tome.app/> (freemium)
- Nolej <https://nolej.io/> (solution française, payant)



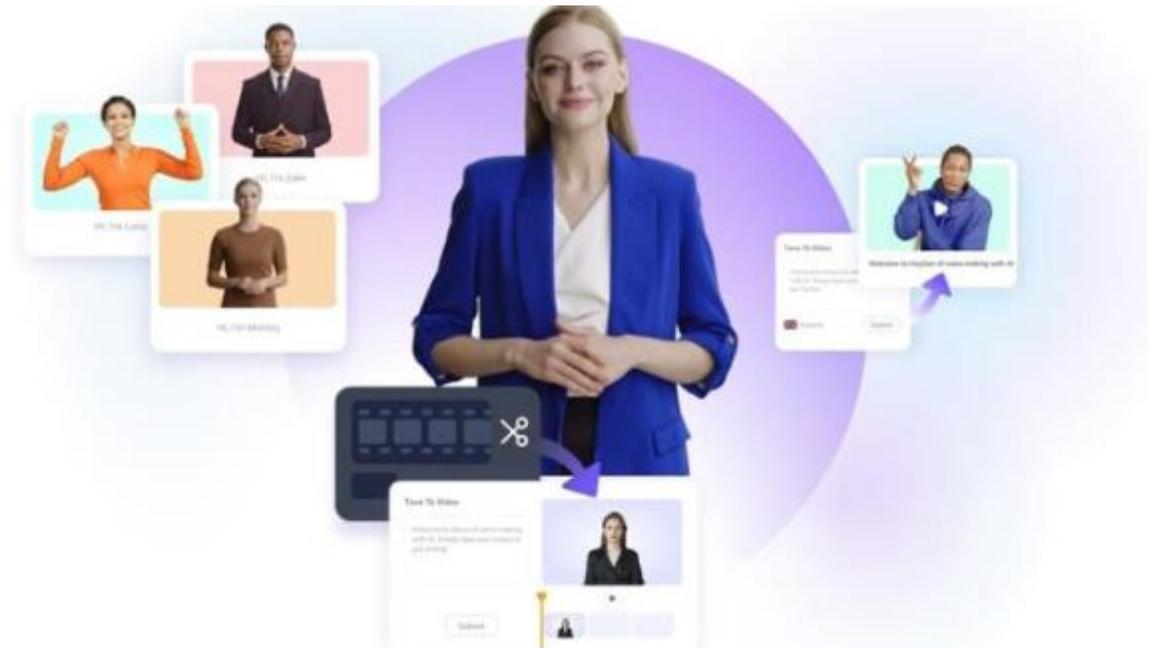
Réaliser un résumé

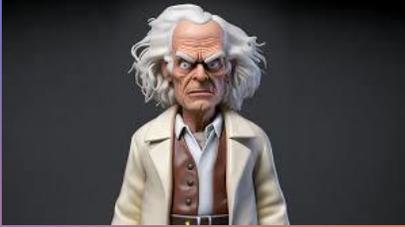
- À partir d'un meeting (transcription): <https://otter.ai/>
- Pour paraphraser un texte
<https://quillbot.com/>
<https://www.paraphraser.io/fr/>
- pour résumer des articles:
<https://www.popai.pro/>
<https://www.chatpdf.com/>



Créer des vidéos / Enregistrer vos voix off

- <https://voicemaker.in/> (payant)
- Murf.ai [lien](#) (payant)
- HeyGen [lien](#) (payant)
- Synthesia [lien](#) (payant)
- <https://www.steve.ai/> (payant)
- Vyond.com (motion design) (payant)





+



Générer des images

- Dall E : <https://openai.com/dall-e-2>
- Midjourney: <https://www.midjourney.com/home>
- Craiyon: <https://www.craiyon.com/>
- Firefly.adobe.com <https://www.adobe.com/fr/products/firefly.html>
- ...



○

●

LANGUES et assistants étudiants



DeepL: <https://www.deepl.com/fr/translator>

Grammarly:

<https://www.grammarly.com/>

Knowji: <https://www.knowji.com/>

Andy: <https://andychatbot.com/>

CAKTUS:

<https://cactus.ai/>

BRAINLY:

<https://brainly.com/>



• <https://www.futurepedia.io/>

Limites et points d'attention



MARS 2024

Make an impact



Peut-on empêcher l'usage des IA génératives?



- Pas possible de les interdire
- Les IA Dectectors ne fonctionnent pas pour le moment
- Facile à détourner
- Existe déjà (Stratégie d'usage des traducteurs pour paraphraser sans être reconnu au logiciel anti-plagiat)
- Plutôt que des solutions technologiques choisir des solutions pédagogiques:
 - Importance de la preuve (ex: bibliographie détaillée avec extraits, citer ses prompts, ...)
 - Examens oraux (toujours prévoir une question non préparée)
 - Adoptez la classe inversée : cours à la maison, devoirs en classe
 - Évaluer les compétences plus que les savoirs/ la méthodologie plus que le résultat

Pour un usage éthique: cadre général



- Cadre: **IA Act** en cours
- OpenAI recueille de nombreuses données auprès des utilisateurs de chatGPT. La politique de confidentialité indique que les données peuvent être partagées avec des fournisseurs tiers, des services de police, des sociétés affiliées et d'autres utilisateurs.
- Chat GPT n'est pas conforme au GDPR et il viole la COPPA, la règle de protection de la vie privée en ligne des enfants(il ne doit donc pas être utilisé par les enfants de moins de 13 ans).
= dans les versions non sécurisées ne pas rentrer d'informations personnelles ou sensibles ou de document dont on n'a pas la propriété intellectuelle
- **Avoir conscience des limites de l'outil: biais, hallucinations, limite de mots traités dans un fil de discussion, actualité des données (selon les versions),...**

Pour un usage éthique: pour un établissement

- Certains établissements anglo-saxons demandent même un accord parental pour un usage avec des élèves mineurs
- Mettre en place une IA policy claire dans chaque cours
 - est-ce que les étudiants ont le droit d'utiliser l'IA Gen pour le cours:
 - totalement
 - partiellement
 - non autorisé
- Sensibiliser les élèves à un usage éthique de Chat GPT: je suis responsable de mon contenu, je cite mes sources (mettre en place des règles de citation), je l'utilise pour m'aider dans mon apprentissage pas pour tricher, je peux être sanctionné si je l'utilise sans autorisation
- Créer une IA Literacy: nouvelle compétence pour les métiers de demain



Adaptez vos évaluations

- Exiger des étudiants qu'ils intègrent des données locales
- Développer des évaluations authentiques : (apprentissage basé sur des enquêtes, apprentissage basé sur des problèmes, apprentissage basé sur des scénarios, apprentissage basé sur des projets).
- Mettre l'accent sur la production de connaissances en classe et privilégier l'apprentissage basé sur les processus.
- Envisagez d'intégrer plus d'activités orales ou basées sur la performance
- Utiliser des devoirs progressifs/réflexifs de type portfolio qui sont itératifs et épisodiques.



L'importance du prompt



MARS 2024

Make an impact



L'art du prompt



- Un prompt, est la phrase ou la demande que vous envoyez à un modèle de langage (Large Language Model ou LLM) pour obtenir en retour une réponse.
- **Soyez précis dans vos instructions (nbre de mots, type d'écrit souhaité, format (liste, ..)**
- **Préciser dans le prompt le style d'écriture (narratif, persuasif, informatif, poétique, comique,)**
- **Adapter son texte pour différents supports: blog, livre, script, poème, discours, ...**
- **Donner le contexte: objectifs, ton, cible, contraintes ou restrictions = tout ce qui peut permettre à Chat GPT de « comprendre ce qu'il doit produire**
- **intégrer une liste de mots imposés**
- **Donner un exemple de la réponse attendue**
- **Effectuer des requêtes à la chaîne**
- **Définir un format de sortie**
- **Préciser l'audience ciblée**
- **Dire ce qui ne va pas à ChatGPT**
- **Limiter la taille des réponses**

Quelques références

[Guide d'aide à l'écriture de prompt](#)

[How to write an effective prompt](#)

Exemples de prompts:

[150promptsforeducation](#)

<https://www.aiforeducation.io/prompt-library>

Gabarit type de prompt

Agir en tant que {{personne que vous souhaitez que ChatGPT simule}}.
Je suis {{personne qui donne des instructions}}.

Je veux que vous {{tâche}}.

Contraintes :

- {{contrainte 1}}
- {{contrainte 2}}
- {{contrainte 3}}

Format de présentation :

- {{instruction de format 1}}
- {{instruction de format 2}}

Les usages possibles en pédagogie



MARS 2024

Make an impact



Utiliser chat GPT pour gagner du temps en général

- Créez des FAQ
- Créer des templates d'emails
- Résumer des données
- Faire relire un texte
- Faire traduire un texte
- Automatiser la saisie des données
- ...



Utiliser chat GPT pour gagner du temps en tant que prof

- Créez des qcm en un rien de temps avec feedback
- Créez des activités créatives
- Générez vos descriptifs de cours
- Générez des glossaires
- Générez des exercices
- Générez des résumés/ synthèses
- Fournissez des feedbacks de qualité aux étudiants en utilisant GPT
- Générez plusieurs exemples
- Créer des rubriques





Ex de prompt

EM

tu es professeur en Master de commerce tu souhaites expliquer le concept d'avantage concurrentiel à des étudiants de Master. Donnes des explications en 3 paragraphes et 2 exemples dans un style concret



Ex de Résultat

Bien sûr ! Permettez-moi de vous expliquer le concept d'avantage concurrentiel. Dans le domaine du commerce, un avantage concurrentiel se réfère aux caractéristiques ou aux ressources spécifiques dont dispose une entreprise et qui la distinguent de ses concurrents. Il s'agit d'une position favorable qui permet à une entreprise de se démarquer sur le marché et d'obtenir un avantage par rapport à ses concurrents.

Premièrement, l'avantage concurrentiel peut être obtenu par le biais de la différenciation des produits ou des services. Une entreprise peut proposer des produits uniques ou offrir une valeur ajoutée spécifique à ses clients. Par exemple, Apple se distingue de ses concurrents en proposant des produits innovants et un design élégant. Cette différenciation leur confère un avantage concurrentiel en attirant les consommateurs qui apprécient ces caractéristiques spécifiques.

Deuxièmement, un avantage concurrentiel peut être réalisé grâce à des coûts inférieurs à ceux des concurrents. Une entreprise peut mettre en place des stratégies efficaces pour réduire ses coûts de production, ce qui lui permet de proposer des prix plus compétitifs sur le marché. Par exemple, Walmart a réussi à obtenir un avantage concurrentiel en mettant en œuvre une logistique très efficace et en négociant des prix d'achat plus bas avec ses fournisseurs. Cela lui permet de proposer des prix attractifs à ses clients tout en maintenant une marge bénéficiaire satisfaisante.

En résumé, l'avantage concurrentiel est un élément clé pour la réussite d'une entreprise sur le marché. Il peut être obtenu grâce à la différenciation des produits ou des services, ou en ayant des coûts inférieurs à ceux des concurrents. Les exemples d'Apple et de Walmart illustrent bien ces deux approches. Il est important pour les entreprises de comprendre leurs propres avantages concurrentiels et de les exploiter de manière stratégique pour se positionner favorablement par rapport à leurs concurrents.

Pas satisfait du résultat: améliorer la réponse en posant une question complémentaire

EM

merci, peux tu me donner plutôt des exemples dans le secteur automobile

Bien sûr ! Voici deux exemples d'avantages concurrentiels dans le secteur automobile :

1. Différenciation des produits : Tesla, le fabricant de voitures électriques, a réussi à se démarquer de ses concurrents traditionnels en proposant une technologie de pointe et une expérience de conduite unique. Leurs voitures électriques sont connues pour leur autonomie supérieure, leurs performances exceptionnelles et leur intégration avancée de la technologie. Cette différenciation a permis à Tesla de devenir un leader dans le secteur automobile électrique et de créer une base de clients fidèles.
 2. Coûts inférieurs : Hyundai, un fabricant automobile coréen, a réussi à obtenir un avantage concurrentiel en réduisant ses coûts de production grâce à une efficacité opérationnelle élevée. Hyundai a développé une chaîne d'approvisionnement solide et des processus de production efficaces, ce qui lui permet de produire des voitures de haute qualité à des coûts inférieurs à ceux de certains de ses concurrents. Cette réduction des coûts leur permet de proposer des prix compétitifs sur le marché tout en maintenant une marge bénéficiaire satisfaisante.
- Ces exemples illustrent comment la différenciation des produits et la maîtrise des coûts peuvent être des sources d'avantage concurrentiel dans l'industrie automobile. Il est important pour les entreprises automobiles de comprendre les besoins des consommateurs et d'exploiter ces avantages de manière stratégique pour se démarquer dans un marché concurrentiel.

- Bien sûr ! Voici deux exemples d'avantages concurrentiels dans le secteur automobile avec des marques européennes :
1. Excellence de l'ingénierie : BMW est reconnue pour son avantage concurrentiel en termes d'excellence de l'ingénierie. La marque allemande met l'accent sur la performance, la qualité et l'innovation technologique de ses véhicules. BMW propose des moteurs puissants, une tenue de route précise et une expérience de conduite sportive. De plus, ils intègrent des fonctionnalités de pointe telles que des systèmes d'infodivertissement avancés, des dispositifs de sécurité sophistiqués et des matériaux haut de gamme. Cet avantage concurrentiel attire les consommateurs qui recherchent des voitures de luxe performantes et qui valorisent la qualité de fabrication.
 2. Design et luxe : La marque italienne Ferrari se démarque par son avantage concurrentiel basé sur le design et le luxe. Les voitures Ferrari sont réputées pour leur design emblématique, alliant élégance et sportivité. Les lignes fluides, les proportions équilibrées et l'esthétique sophistiquée créent un attrait visuel fort. De plus, Ferrari propose une personnalisation étendue, permettant aux clients de créer des voitures sur mesure répondant à leurs goûts et préférences. Cette combinaison de design remarquable et de luxe exclusif confère à Ferrari un avantage concurrentiel distinct dans le secteur automobile haut de gamme.
- Ces exemples illustrent comment les marques européennes comme BMW et Ferrari exploitent leurs avantages concurrentiels uniques pour se positionner sur le marché automobile. Qu'il s'agisse de l'excellence de l'ingénierie ou du design et du luxe, ces caractéristiques spécifiques leur permettent d'attirer une clientèle spécifique et de créer une proposition de valeur différenciée par rapport à leurs concurrents.

Pas satisfait du résultats: Relancer la réponse

 Regenerate response

Réaliser un résumé à partir d'un pdf

- <https://www.chatpdf.com/>
- Téléchargez votre pdf
- Demandez lui de générer un résumé,

could you please summarize this article in 100 words

The article "Let ChatGPT Be Your Teaching Assistant" from Harvard Business Publishing Education discusses how large language models (LLMs) like ChatGPT can support educators in creating effective explanations and examples for their students. By providing clear prompts and guidelines, teachers can use AI to generate numerous examples in very little time. However, it is important to carefully check the material produced by AI and to remember that it is meant to augment human expertise, not replace it. Overall, AI can be a valuable tool for educators looking to create accessible and informative explanations that meet the diverse needs of their students.

please summarize this article in 5 bullet points

- The article discusses how large language models (LLMs) like ChatGPT can support educators in creating effective explanations and examples for their students.
- Teachers can use AI to generate numerous examples in very little time by providing clear prompts and guidelines.
- It is important to carefully check the material produced by AI and to remember that it is meant to augment human expertise, not replace it.
- AI can be a valuable tool for educators looking to create accessible and informative explanations that meet the diverse needs of their students.
- The article is from Harvard Business Publishing Education and does not mention the name of the author.



Structurer un cours

EM

tu es professeur de marketing en business school tu souhaites préparer un cours sur l'identité de marque en 6 séances de 3 heures. Peux tu me proposer une structure de cours en indiquant pour chaque séance les thèmes abordés?

Bien sûr ! Voici une proposition de structure de cours pour aborder l'identité de marque en six séances de trois heures chacune :

Séance 1 : Introduction à l'identité de marque

- Définition de l'identité de marque
- Importance de l'identité de marque dans le marketing
- Éléments constitutifs de l'identité de marque (valeurs, personnalité, positionnement, etc.)
- Exemples de marques ayant une identité forte

Séance 2 : Recherche et analyse de l'identité de marque

- Méthodes de recherche pour comprendre l'identité de marque existante
- Analyse de la concurrence et des tendances du marché
- Utilisation d'outils et de techniques pour l'analyse de l'identité de marque
- Étude de cas pratiques d'analyse de l'identité de marque

Séance 3 : Création et développement de l'identité de marque

- Processus de création de l'identité de marque (définition des valeurs, mission, vision, etc.)
- Élaboration de la personnalité de la marque
- Développement d'un positionnement clair et différencié
- Exercices pratiques de création d'identité de marque

Séance 4 : Communication de l'identité de marque

- Stratégies de communication pour transmettre l'identité de marque
- Choix des canaux de communication appropriés
- Création de messages cohérents avec l'identité de marque
- Étude de cas de campagnes de communication réussies

Séance 5 : Gestion et maintien de l'identité de marque

- Gestion de la marque à travers les différents points de contact avec les clients
- Maintien de la cohérence de l'identité de marque dans le temps
- Gestion des crises et des situations délicates pour préserver l'identité de marque
- Exemples de marques ayant réussi à maintenir leur identité de marque sur le long terme

Séance 6 : Évaluation de l'identité de marque

- Mesure de l'efficacité de l'identité de marque
- Utilisation d'indicateurs clés de performance (KPIs) pour évaluer l'impact de l'identité de marque
- Adaptation de l'identité de marque en fonction des résultats obtenus
- Étude de cas d'évaluation de l'identité de marque

N'hésitez pas à adapter cette structure en fonction de vos besoins spécifiques et à ajouter des exemples, des activités pratiques et des discussions en classe pour rendre le cours plus interactif et engageant pour les étudiants.

aurais tu des références bibliographiques à me proposer pour chaque séance?

Bien sûr ! Voici quelques références bibliographiques que vous pouvez utiliser pour chaque séance :

Séance 1 : Introduction à l'identité de marque

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. Free Press.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.

Séance 2 : Recherche et analyse de l'identité de marque

- Kapferer, J. N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. Kogan Page.
- Fournier, S. (1998). Consumers and their Brands: Developing Relationship Theory in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, 24(4), 343-373.

Séance 3 : Création et développement de l'identité de marque

- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand Leadership*. Free Press.
- Kapferer, J. N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. Kogan Page.

Séance 4 : Communication de l'identité de marque

- Keller, K. L., & Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2014). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.

Séance 5 : Gestion et maintien de l'identité de marque

- De Chernatony, L., & Dall'Olmo Riley, F. (1997). Branding in Service Industries. *Journal of Marketing Management*, 13(8), 788-804.
- Hatch, M. J., & Schultz, M. (2017). The Dynamics of Brand Legitimacy: An Interpretive Study in the Coffee Sector. *Journal of Marketing Management*, 33(11-12), 981-1002.

Séance 6 : Évaluation de l'identité de marque

- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Prentice Hall.
- Christodoulides, G., de Chernatony, L., Furrer, O., & Shiu, E. (2006). Conceptualizing and Measuring the Equity of Online Brands. *Journal of Marketing Management*, 22(7-8), 799-825.

N'oubliez pas de consulter les ressources académiques supplémentaires telles que les revues spécialisées, les articles de recherche et les publications récentes pour approfondir les sujets abordés dans chaque séance.

Créer des questions pour vos quiz

pourrais tu créer pour la séance 3 "Création d'une identité visuelle et verbale pour la marque" un QCM qui aidera les étudiants à revoir les points les plus importants. Le QCM doit comporter 5 questions avec 3 réponses au choix. merci d'indiquer la bonne réponse et un feedback pour les réponses fausses

- Bien sûr! Voici un QCM pour la séance 3 "Création d'une identité visuelle et verbale pour la marque":

1. Qu'est-ce que l'identité visuelle d'une marque? a. Les valeurs et les caractéristiques de la marque b. Le logo et la charte graphique de la marque c. Le ton et le style de communication de la marque **Réponse: b** Feedback: L'identité visuelle d'une marque comprend tous les éléments visuels qui représentent la marque, tels que le logo, la charte graphique, les couleurs, les typographies, etc.
2. Qu'est-ce que l'identité verbale d'une marque? a. Les valeurs et les caractéristiques de la marque b. Le logo et la charte graphique de la marque c. Le ton et le style de communication de la marque **Réponse: c** Feedback: L'identité verbale d'une marque comprend tous les éléments verbaux qui représentent la marque, tels que le ton et le style de communication, les messages publicitaires, les slogans, etc.
3. Comment définir le ton et le style de communication d'une marque? a. En définissant les valeurs et les caractéristiques de la marque b. En créant un logo et une charte graphique pour la marque c. En déterminant le public cible de la marque **Réponse: a** Feedback: Le ton et le style de communication d'une marque doivent être cohérents avec les valeurs et les caractéristiques de la marque.

4. Qu'est-ce qu'une charte graphique? a. Un document qui définit les valeurs et les caractéristiques de la marque b. Un document qui définit le ton et le style de communication de la marque c. Un document qui définit l'identité visuelle de la marque **Réponse: c** Feedback: Une charte graphique est un document qui définit l'identité visuelle d'une marque, y compris le logo, les couleurs, les typographies, etc.

5. Pourquoi est-il important d'avoir une identité visuelle et verbale forte pour une marque? a. Pour se différencier des concurrents sur le marché b. Pour attirer l'attention des clients potentiels c. Pour renforcer l'image de marque auprès des clients existants **Réponse: Toutes les réponses sont correctes** Feedback: Une identité visuelle et verbale forte est importante pour se différencier des concurrents sur le marché, attirer l'attention des clients potentiels et renforcer l'image de marque auprès des clients existants.

- J'espère que cela vous aidera! N'hésitez pas à me poser des questions si vous avez besoin d'éclaircissements supplémentaires.

je n'ai pas été assez précise je souhaite que dans la colonne réponse apparaisse les différentes réponses possibles pas seulement la bonne réponse

Je suis désolé pour la confusion. Voici le QCM pour la séance 3 "Création d'une identité visuelle et verbale pour la marque":

Question	Réponse	Feedback
Qu'est-ce que l'identité visuelle d'une marque?	a. Les valeurs et les caractéristiques de la marque b. Le logo et la charte graphique de la marque c. Le ton et le style de communication de la marque	L'identité visuelle d'une marque comprend tous les éléments visuels qui représentent la marque, tels que le logo, la charte graphique, les couleurs, les typographies, etc.
Qu'est-ce que l'identité verbale d'une marque?	a. Les valeurs et les caractéristiques de la marque b. Le logo et la charte graphique de la marque c. Le ton et le style de communication de la marque	L'identité verbale d'une marque comprend tous les éléments verbaux qui représentent la marque, tels que le ton et le style de communication, les messages publicitaires, les slogans, etc.
Comment définir le ton et le style de communication d'une marque?	a. En définissant les valeurs et les caractéristiques de la marque b. En créant un logo et une charte graphique pour la marque c. En	Le ton et le style de communication d'une marque doivent être cohérents avec les valeurs et les caractéristiques de la marque.

tester des sujets

EM

You are a Master in Business School student, you are working on the "Wadeshwar Restaurants" case study answer this question: 1. Imagine someone you know wants to start a new business in the restaurant industry. You are a strategy consultant and they ask you what strategic elements they should master so to a) survive in the industry and b) surpass their competitors. What would you tell them?



If someone wants to start a new business in the restaurant industry, there are several strategic elements they should master in order to survive in the industry and surpass their competitors. Here are some key recommendations:

1. **Differentiation and Unique Value Proposition:** To survive in the highly competitive restaurant industry, it's crucial to differentiate yourself from competitors. Identify a unique value proposition that sets your restaurant apart from others. This could be offering a specific cuisine, creating a themed dining experience, or focusing on a specific target market. By providing something distinct and appealing to customers, you can attract a loyal customer base.
2. **Market Research and Target Market Analysis:** Conduct thorough market research to understand the dynamics of the local market and identify your target audience. Analyze demographics, preferences, and trends to tailor your offerings to meet their needs. By understanding your target market, you can design menus, pricing strategies, and marketing campaigns that resonate with them.

Activités pédagogiques avec l'IA

1. Atelier d'écriture créative : Demandez aux élèves de poser des questions à ChatGPT sur un thème spécifique, puis utilisez les réponses générées par le modèle comme point de départ pour écrire des histoires, des poèmes ou des dialogues.

2. Débats virtuels : Organisez un débat où les élèves posent des questions à ChatGPT sur un sujet controversé, puis utilisent les réponses pour étayer leurs arguments et contre-arguments.

3. Correction de textes : Les élèves peuvent soumettre leurs écrits à ChatGPT pour obtenir des suggestions de correction grammaticale, d'amélioration du style ou de reformulation



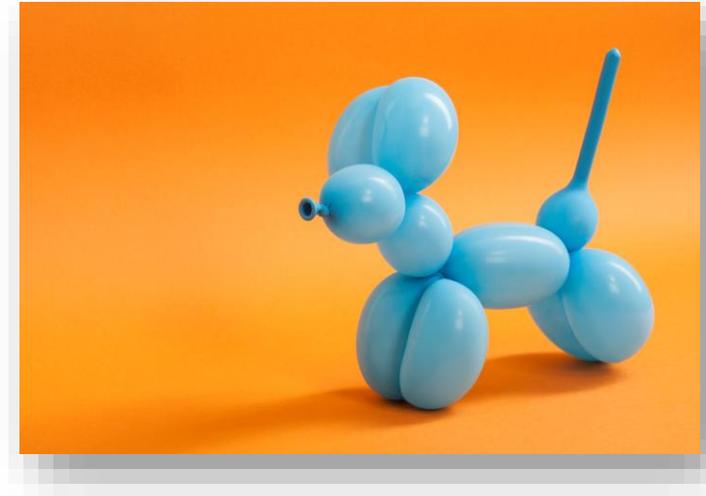
Activités pédagogiques avec l'IA

- 1. Création de dialogues** : Les élèves peuvent travailler en groupes pour créer des dialogues entre eux et ChatGPT, en se basant sur des scénarios spécifiques ou des personnages fictifs.
- 2. Recherche assistée par ChatGPT** : Demandez aux élèves de poser des questions à ChatGPT sur des sujets d'étude spécifiques, puis utilisez les réponses pour approfondir leur compréhension et leur recherche.
- 3. Jeu de rôle interactif** : Les élèves peuvent endosser le rôle de personnages historiques, littéraires ou fictifs et interagir avec ChatGPT pour simuler des conversations ou des entretiens.



Activités pédagogiques avec l'IA

- 1. Création de scénarios futuristes** : Demandez aux élèves de poser des questions à ChatGPT sur ce que pourrait être le monde dans le futur, puis utilisez les réponses pour imaginer et développer des scénarios futuristes.
- 2. Analyse de textes générés par ChatGPT** : Les élèves peuvent analyser et discuter des réponses générées par ChatGPT
- 3. Création de jeux textuels** : Les élèves peuvent utiliser les réponses générées par ChatGPT comme base pour créer des jeux textuels interactifs, tels que des aventures narratives ou des jeux de rôle basés sur du texte.
- 4. Étude comparative avec d'autres IA** : Les élèves peuvent poser des questions similaires à plusieurs modèles d'IA et comparer les réponses



Discover
Chat
GPT



L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

17 AVRIL 2024



- **Retour d'expérience :**
Comment utiliser l'IA en cours avec ses élèves ?
- **Atelier pratique :**
De l'art du prompt : à vos claviers !

**LES RENDEZ-VOUS
DU NUMÉRIQUE**





Make an impact

