

L'impact de la digitalisation des universités sur la motivation des usagers : Revue de littérature.

The impact of the digitalization of universities on user motivation: Literature review.

TAMER Hind

Doctorante en Sciences de gestion à la FSJES
Laboratoire de recherche L-QUALIMAT
Université Cadi Ayyad, Marrakech-Maroc.
hindtamer3@gmail.com

LEBZAR Bouchra

Professeur de l'Enseignement Supérieur à l'ENCG²
Laboratoire de recherche L-QUALIMAT
Université Cadi Ayyad, Marrakech-Maroc.
bo.lebzar@gmail.com

ABAAOUKIDE Kamar

Professeur Habilité à FSJES
Laboratoire de recherche L-QUALIMAT
Université Cadi Ayyad, Marrakech-Maroc.
Kamar_kam@yahoo.fr

Date de soumission : 09/05/2019

Date d'acceptation : 12/07/2019

Pour citer cet article :

TAMER H. (2019) « L'impact de la digitalisation des universités sur la motivation des usagers : Revue de littérature » Revue Internationale des Sciences de Gestion « Numéro 4 : Juillet 2019 / Volume 2 : numéro 3 » p : 265- 279

Résumé :

L'évolution continue des technologies numériques permet une variété de service, aussi contestable que cela puisse paraître à certains dans les murs de l'académie, il existe des parallèles indéniables, l'expérience éducative offerte aux usagers , la vitalité institutionnelle dépend fortement de l'image de ces universités, il y a des concurrents qui rivalisent sur la qualité, le service et la réputation, leur image est largement déterminée par les constituants qu'ils servent, et l'image de ces institutions est influencée par leurs interactions avec les usagers . Il s'agit de définir l'université, ses missions et ses valeurs et ne se limite pas à ce qu'un produit particulier offre au marché, une marque éducative est souvent assimilée à la réputation académique d'une institution. A travers cet article, nous visons à présenter une revue de littérature sur la digitalisation des universités et son impact sur la motivation des usagers en termes d'utilisation des technologies d'information et de communication dans les stratégies d'enseignements supérieur.

Mots clés : La digitalisation des universités ; la marque éducative ; motivation : engagement ; TIC ;

Abstract :

The continuous evolution of digital technologies allows for a variety of services, as questionable as it may seem to some within the walls of the academy, there are undeniable parallels, the educational experience offered to users, institutional vitality depends strongly on the image of these universities, there are competitors who compete on quality, service and reputation, their image is largely determined by the constituents they serve, and the image of these institutions is influenced by their interactions with users. It is about defining the university, its missions and values and not just what a particular product offers to the market, an educational brand is often equated with an institution's academic reputation. Through this article, we aim to present a literature review on the digitalization of universities and its impact on the motivation of users in terms of the use of information and communication technologies in higher education strategies

Keywords : The digitalization of universities; the educational brand; motivation; commitment; ICT;

Introduction

Bien qu'un modèle typique d'université marocaine n'ait jamais été établi au Maroc, il s'agit alors de créer un modèle ou s'inspirer des modèles dominants dans d'autres pays tels que l'Amérique, Canada ou d'autres pays qui ont un modèle idéal ou idéalisé. Cependant, il est peut-être plus sûr de dire qu'il y a une superposition contradictoire des modèles universitaires, et en même temps, la transition vers une université digitale et compétitive.

Une image marque d'une université synonyme de personnalité de l'établissement - conforme à sa mission. Peut-être l'avantage le plus important de la digitalisation de l'enseignement supérieur est l'accent qu'il apporte à une institution. Par exemple, une université centrée sur l'étudiant répondra aux besoins et à l'attente changeante des usagers.

Depuis quelques années, le développement du numérique a transformé notre mode de consommation dans tous les domaines, la rapidité de son évolution bouleverse une partie de nos pratiques, l'enseignement supérieur est un domaine où le numérique a changé le quotidien des enseignants et des usagers et de la société. L'une des façons les plus significatives de changer l'enseignement supérieur traditionnel et de faire recours au numérique, en créant une université digitale.

La digitalisation des universités passe tout d'abord par une transformation radicale des locaux et des équipements adaptés aux évolutions liées au numérique pour chaque université (Clardy, 2009, Harasim, 2000, Mason, 2000, Taylor, 2001). Ceci dit, l'accès au haut débit doit être établis au sein de toutes les universités. Pour cela des schémas de coordination du numérique doivent être mis en place au sein de chaque regroupement d'établissements.

Il faut accompagner les évolutions induites par le numérique en poursuivant la généralisation et le développement des services universitaires. Le développement du numérique est très récent, qui peut dire aujourd'hui que les MOOC et les SPOC, apparaissent comme la dernière génération du numérique universitaire. Tous les types de cours en ligne et hybrides sont florissants, car le marché recherche un accès rentable et une livraison pratique, selon l'American Council on Education « si certains MOOC sont assez similaires aux cours universitaires traditionnels qu'ils devraient être admissibles au crédit de transfert ».

L'éducation et le numérique à un point tel que, en tant que méthode d'éducation et plateforme, elle ne ressemble guère à ce qu'elle était il y a quelques années seulement. Les stratégies institutionnelles sur la façon de s'impliquer dans ces changements ont également évolué, étant donné que les collèges et les universités du monde entier ont réagi à certains des derniers développements en matière d'intégration des TICE. L'évolution des technologies de



l'éducation est donc le moteur de nombreuses stratégies éducatives mises en place par les institutions. Celles-ci incluent de nouvelles méthodes de diffusion, un accès accru aux cours (par exemple MOOC) et différentes manières d'utiliser la technologie dans l'enseignement (enseignement en classe inversée, et apprentissage adaptatif).

Toutefois, l'intérêt accordé à cette problématique peut s'expliquer par la montée en puissance des technologies d'information et de communication pour l'enseignement qui ont comme résultat un grand changement terminologique son influence sur la motivation des usagers, dans cette optique nous avons formulés notre problématique de la manière suivante : Quel est l'impact de la digitalisation des universités sur la motivation des usagers ? afin de répondre à notre problématique, il faut se référer à une revue de littérature pertinente, de ce fait et à travers cet article nous visons à présenter une revue de littérature afin de définir la digitalisation des universités et son impact sur la motivation des usagers en termes d'utilisation des technologies d'information et de communication dans les stratégies d'enseignements supérieur.

Notre article est composé de deux parties, la première partie situe la discussion sur l'importance de la digitalisation des universités, et la deuxième partie se focalise sur la relation qui existe entre la digitalisation des universités et la motivation des usagers.

1. La digitalisation des universités.

1.1 l'importance de la digitalisation des universités

L'adoption sans cesse croissante de la technologie éducative a également suscité un débat sur l'importance relative de l'enseignement par rapport à la technologie et aux médias éducatifs sur la qualité de l'apprentissage. L'histoire de l'enseignement à distance nous apprend que le grand public supposera volontiers que la technologie seule peut transformer l'éducation (Blin & Munro, 2008). Même aujourd'hui, cette position peut être observée dans les rapports relatifs aux MOOC et au « changement perturbateur » de leur approche technologique de l'apprentissage (Kovanović, et al., 2014). Il y a plus de trente ans, Clark (1983) exprimait son scepticisme envers cette croyance. Clark (1983) a soutenu que les différentes technologies et les différents médias éducatifs sont « de simples véhicules qui dispensent l'enseignement, mais qui n'influencent pas davantage le rendement des usagers que le camion qui livre nos produits d'épicerie n'entraîne des changements dans notre alimentation. ...le choix du véhicule peut influencer sur le coût ou l'étendue de la distribution de l'enseignement, mais seul le contenu du véhicule peut influencer sur les résultats » (p. 445). anderson et Dron (2010) expriment une



opinion similaire, reconnaissant l'importance de la technologie et de la pédagogie pour le succès de l'enseignement à distance. Selon Anderson et Dron (2010) « la technologie rythme et crée la musique, tandis que la pédagogie définit les déplacements » (p. 81). Ce qu'il faut maintenant, c'est un effet de synergie entre les pédagogies et les nouvelles approches technologiques.

Bien qu'il y ait certainement un besoin de descriptions plus précises des différentes caractéristiques des nouvelles technologies, plusieurs de ces termes ont été utilisés sans établir une définition acceptée et faisant autorité et décrivaient souvent plusieurs choses complètement différentes (Moore et al., 2011).

L'intégration des technologies d'information et de communication a marqué l'étape la plus significative de l'histoire de l'éducation (Anderson & Dron, 2010). L'utilisation des formations à distance, des formations hybrides, des formations à distance diplômante, ressources Web, des systèmes de gestion de l'apprentissage et des forums de discussion en ligne est quelques-unes des technologies d'information et de communication qui soutiennent les formes interactives et flexibles d'éducation à distance (Harasim, 2000).

1.2 L'intégration des TIC et l'image de marque de l'université

L'intégration des technologies de l'information et de la communication modifie profondément les méthodes d'enseignement, mais de nombreuses études soulignent la complexité de l'analyse des changements pédagogiques induits par l'intégration du Tice Mangenot (2000). L'intégration des TIC dans le système éducatif est aujourd'hui une priorité, de sorte que l'accès et la flexibilité sont deux conditions préalables à une intégration réussie des TIC dans l'université.

Selon Nicolas Guéguen (2009), ce qui est dans nos têtes fait partie du processus d'évaluation de ce que nous consommons. La connaissance n'appartient plus à l'enseignant mais à tous, et c'est à lui de faire comprendre son nouveau rôle : stimuler, orchestrer, soutenir les activités des élèves, ouvrir des espaces de découverte et leur faire gagner du temps dans leur apprentissage.

Les progrès des technologies de l'information et de la communication forcent les éducateurs et les apprenants à briser les contraintes de temps, d'espace et d'environnement (Lin, Lin et Hung, 2015). Bien que l'enseignement traditionnel en classe soit bien connu, les systèmes d'apprentissage en dehors de la classe, en particulier ceux qui sont améliorés par la

technologie, sont encore à l'étude (Brahimi & Sarirete, 2015). En tant que technologie perturbatrice (Conole, 2013), et en tant que mot à la mode populaire récent (Chen, 2014), 2012 a été choisi L'année du MOOC (Pappano, 2012) par le New York Time. Ainsi Les TIC joue un rôle important dans l'amélioration de l'image de marque de l'université, en effet l'image de marque dans l'enseignement supérieur est un outil stratégique qui permet d'identifier et de mesurer plus facilement la qualité de certaines universités. De plus, puisqu'il a été noté que plus la congruence entre les valeurs, les objectifs et les attitudes des usagers et ceux de l'établissement est grande, moins un étudiant est susceptible d'abandonner ses études, le concept de marque est devenu plus important dans le domaine de l'enseignement supérieur. L'image de marque des universités et la gestion de la réputation gagnent en importance puisqu'une marque universitaire aide les usagers potentiels à prendre les bonnes décisions et garantit que leurs valeurs et normes correspondent à celles de l'établissement (Jevons, 2006, p. 466).

Cependant, le concept d'image de marque, appliqué à l'enseignement supérieur, diffère quelque peu de l'image de marque dans le secteur commercial. Plus particulièrement, l'image de marque dans l'enseignement supérieur est de savoir qui nous sommes et ne se limite pas à ce qu'un produit particulier offre au marché. Une marque éducative est souvent assimilée à la réputation académique d'une institution. Mais, cette explication est trop limitative. Pensez à une marque de collège ou d'université synonyme de personnalité de l'établissement - conforme à sa mission, définie par ses valeurs.

2. La digitalisation des universités renforce la motivation des usagers.

2.1 Utilité de l'intégration des technologies d'information et de communication.

Les TIC peuvent améliorer la qualité de l'éducation de plusieurs manières, en augmentant la motivation des usagers, en facilitant l'acquisition des compétences de base et en améliorant la formation des enseignants. Les technologies d'information et de communication sont également des outils de transformation qui, lorsqu'ils sont utilisés de manière appropriée, peuvent favoriser le passage à un environnement centré sur l'utilisateur. Les technologies d'information et de communication, en particulier les ordinateurs et les technologies Internet, permettent de nouvelles façons d'enseigner et d'apprendre plutôt que de simplement permettre aux enseignants et aux usagers de mieux faire ce qu'ils ont déjà fait. Les technologies d'information et de communication ont un impact non seulement sur ce que les usagers

doivent apprendre, mais elles jouent aussi un rôle majeur sur la manière dont les usagers doivent apprendre.

Cependant les technologies d'information et de communication modifient les caractéristiques des problèmes et des tâches d'apprentissage et jouent donc un rôle important de médiateur du développement cognitif en favorisant l'acquisition de compétences cognitives génériques essentielles à la vie dans notre société du savoir. Les usagers qui utilisent les TIC à des fins d'apprentissage s'immergent dans le processus d'apprentissage et comme de plus en plus d'usagers utilisent les ordinateurs comme sources d'information et outils cognitifs (Reeves et Jonassen, 1996), l'influence de la technologie sur la façon dont les usagers apprennent continuera à augmenter. Les approches d'apprentissage utilisant les TIC contemporaines offrent de nombreuses possibilités d'apprentissage constructiviste en fournissant et en soutenant des environnements basés sur les ressources et centrés sur l'utilisateur et en permettant à l'apprentissage d'être lié au contexte et à la pratique (Berge, 1998 , Barron, 1998).

Plus que tout autre type de TIC, les ordinateurs en réseau connectés à Internet peuvent accroître la motivation des usagers, car ils combinent la richesse médiatique et l'interactivité des autres TIC avec la possibilité de communiquer avec des personnes réelles et de participer à des événements réels. L'apprentissage assisté par les TIC est orienté vers l'utilisateur et diagnostic.

Contrairement aux technologies éducatives statiques, textuelles ou imprimées, l'apprentissage assisté par les TIC reconnaît qu'il existe de nombreuses voies d'apprentissage différentes et de nombreuses articulations différentes des connaissances. Les TIC permettent aux usagers d'explorer et de découvrir plutôt que de simplement écouter et se souvenir. Le World Wide Web (WWW) offre également une galerie internationale virtuelle pour le travail des usagers (Loveless, 2003). Les TIC peuvent inspirer usagers, et cela a été cité comme un facteur qui influence les usagers (Long, 2001 , Wood, 2004).

Compte tenu de l'utilisation généralisée des TIC dans l'éducation, il est apparu nécessaire de défaire le mythe qui entoure l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) comme outil d'enseignement et d'apprentissage, et l'impact qu'elles ont sur la motivation des usagers. Le lien direct entre l'utilisation des TIC et la motivation des usagers a fait l'objet d'une littérature abondante au cours des deux dernières décennies. Les



TIC aident les usagers en améliorant la communication entre eux et les enseignants (Valasidou et Bousiou, 2005).

L'analyse des effets des innovations méthodologiques et technologiques sur l'attitude des usagers à l'égard du processus d'apprentissage et sur leurs performances semble évoluer vers un consensus, selon lequel une utilisation appropriée des technologies numériques dans l'éducation peut avoir des effets positifs significatifs sur l'attitude des usagers. La recherche a montré que l'utilisation appropriée des TIC peut catalyser le changement paradigmatique du contenu et de la pédagogie qui est au cœur de la réforme de l'éducation au XXI^e siècle. La méta-analyse de Kulik (1994) a révélé qu'en moyenne, les usagers qui utilisent les TIC obtiennent de meilleurs résultats que les usagers sans ordinateur. Les usagers ont également appris davantage en moins de temps et ont davantage aimé leurs cours lorsque l'enseignement basé sur les TIC a été inclus. Fuchs et Woessman (2004) ont utilisé des données internationales pour le suivi des acquis des usagers, mais ils ont montré que si la corrélation bivariée entre la disponibilité des TIC et les résultats des usagers est fortement et significativement positive, elle devient faible et insignifiante lorsque l'on prend en considération des autres caractéristiques telles que l'influence sociale, les conditions facilitatrices..... Attwell et Battle (1999) ont examiné la relation entre le fait d'avoir l'accès au TIC et le rendement des usagers, leurs conclusions suggèrent que les usagers qui ont accès sont plus motivés. Coates et ses collaborateurs (2004) ont montré que les usagers qui suivent des cours sur le campus obtiennent généralement de meilleurs résultats que leurs homologues en ligne, mais cette différence n'est pas significative ici. Les TIC, en particulier les ordinateurs et les technologies de l'Internet, permettent de nouvelles façons d'enseigner et d'apprendre plutôt que de simplement permettre aux enseignants et aux usagers de faire ce qu'ils ont fait auparavant d'une meilleure façon.

Les TIC servent de catalyseur pour repenser la pratique de l'enseignement (Flecknoe, 2002 , McCormick et Scrimshaw, 2001) en développant le type de diplômés et de citoyens requis dans une société de l'information (Department of Education, 2001) , en améliorant leurs résultats (notamment les taux de réussite) et en améliorant la qualité de l'enseignement et l'apprentissage (Wagner, 2001 , Garrison et Anderson, 2003). Les TIC peuvent aider les usagers à approfondir leurs connaissances sur le contenu, à s'engager dans la construction de leurs propres connaissances et à soutenir le développement d'habiletés de pensée complexes (Kozma, 2005 , Kulik, 2003 , Webb et Cox, 2004) Les études ont identifié diverses stratégies



d'apprentissage constructivistes (par exemple, les usagers travaillent en groupe ou créent des produits qui représentent leur apprentissage) qui peuvent changer leur interaction avec le contenu (Windschitl, 2002). Albert Bandura, Girasoli et Hannafin (2008) recommandent vivement l'utilisation des TIC pour promouvoir l'auto-efficacité des usagers. Fister et ses collaborateurs (2008) décrivent également la capacité des tablettes PC à améliorer l'enseignement des mathématiques. Les TIC ont le potentiel d'accroître l'accès à l'éducation et d'améliorer sa pertinence et sa qualité. L'utilisation des TIC dans le milieu de l'éducation, en soi, agit comme un catalyseur de changement dans ce domaine. Les usagers qui utilisent les TIC à des fins d'apprentissage s'immergent dans le processus d'apprentissage et comme de plus en plus d'usagers utilisent les ordinateurs comme sources d'information et outils cognitifs (Reeves et Jonassen, 1996), l'influence de la technologie sur la façon dont les usagers apprennent continuera à augmenter.

2.2 Les Tic et la motivation des usagers ;

Les technologies de l'information et de la communication représentent une piste probable de solution pour redonner le goût d'apprendre aux usagers, un moyen susceptible de personnaliser l'apprentissage et d'insuffler le goût d'apprendre à toute une génération (Karsenti, 2005).

En étudiant le lien entre la motivation et l'usage des TIC, Karsenti (2005) montre que « La plupart des auteurs des recherches portant sur les bienfaits des TIC tentent de montrer que les technologies représentent pour l'enseignement et l'apprentissage une voie fascinante, motivante et unique : les TIC seraient le cheval de Troie des pédagogies nouvelles – telle la personnalisation de l'apprentissage – et même une des seules façons de permettre à l'université d'évoluer au rythme éreintant exigé par l'implantation des réformes et les autres changements en éducation (p.6) ».

Plusieurs auteurs sont unanimes quant aux bénéfices motivationnels généraux des TIC sur l'apprentissage des étudiants, démontrant l'existence de relations entre usages éducatifs des TIC et la motivation scolaire. En effet, l'utilisation des TIC a des effets positifs sur le développement des habiletés intellectuelles et de l'esprit de recherche des élèves, ainsi que sur leur motivation et leur concentration (Bracewell et al., 1996).

Comme relève Karsenti (2002), la motivation pourrait être perçue comme l'un des plus importants concepts psychologiques en éducation. La motivation forme un construit central



des théories de l'apprentissage. Elle constitue un pilier dans la réussite de l'adoption de toute innovation technologique par une population cible.

De ce fait, elle a fait l'objet de réflexions par un nombre important d'auteurs en éducation qui en ont proposé plusieurs définitions. Plusieurs modèles, approches et théories ont inspiré les chercheurs étudiant la motivation et l'éducation. Trois importantes écoles de pensées semblent cependant guider les théories modernes de la motivation : le behaviorisme, le cognitivisme et l'humanisme. Parmi ces approches, l'approche cognitiviste de la motivation semble la plus complète, car d'une part, elle met en évidence la relation dynamique entre l'individu et son environnement et, d'autre part, elle est très adéquate pour la recherche en éducation.

Selon le modèle de Deci et Ryan (1991), la motivation d'un individu est principalement déterminée par ses besoins en autodétermination et en compétence. L'autodétermination étant définie comme le degré de liberté hypothétique perçu par un individu dans le choix et l'exécution de ses actions.

Dans le cadre d'une collaboration entre plusieurs universités, Teo, Su Luan et Sing (2008) ont exploré l'intention future des enseignants en formation initiale d'utiliser la technologie. L'enquête a utilisé des éléments qui ont été validés à partir de recherches pertinentes antérieures à l'aide du Modèle d'acceptation de la technologie (appelé TAM).

L'étude élaborée par Teo (2009) a sondé les intentions des élèves-enseignants d'utiliser la technologie en classe. Cent cinquante-neuf participants ont rempli un questionnaire basé sur TAM. Il a été constaté que le TAM est un modèle valide pour aider à expliquer l'utilisation et l'intention de la technologie, ainsi que pour révéler que l'attitude d'une personne envers la technologie a une grande influence sur son utilisation.

Il y a de nombreuses raisons pour lesquelles les usagers peuvent se sentir plus motivés lorsque la technologie est utilisée. Une étude réalisée par Liu (2016) a montré que l'utilisation de la technologie a contribué à l'engagement et à la motivation des usagers et a aidé les enseignants à établir davantage de liens fondés sur la littérature qui étaient plus divertissants et intéressants pour les usagers.

Dans une étude menée par Thomas, O'Bannon et Bolton (2013), les résultats ont montré que la digitalisation de l'enseignement a contribué à accroître l'engagement et la motivation des usagers. Auparavant, l'obstacle à surmonter pour permettre l'utilisation de la technologie était la perception perturbatrice de l'environnement d'apprentissage. Même les usagers du sondage Berry et Westfall (2017) estiment qu'ils remarquent des interruptions plus fréquentes, même si

la communication est non verbale/ Toutefois, dans l'enquête de Thomas, O'Bannon et Bolton (2013), 61,5 % des enseignants interrogés estiment que l'obstacle qui limite l'utilisation de la technologie est l'accès et le coût, et non la perturbation.

Il y a eu beaucoup de recherches sur les qualités motivantes de la technologie, mais il y a eu un manque de recherches sur la rigueur de l'apprentissage dans les programmes universitaires axés sur la technologie. Comme nous l'avons déjà mentionné, les enseignants et les usagers comprennent le besoin de technologie, mais il y a une sous-utilisation de cette technologie (Gray et Lewis, 2010).

Conclusion

Pour conclure, nous tenterons de synthétiser d'un point de vue général les résultats obtenus, en tenant compte des aspects pertinents de la littérature, la digitalisation de l'enseignement supérieur se réfère au développement des technologies de l'information et de la communication spécifiquement à des fins d'enseignement/apprentissage, tandis que les TIC dans l'éducation impliquent l'adoption de composantes générales des technologies de l'information et de la communication dans la stratégie globale de l'université. Cette revue de la littérature a cherché à explorer le rôle de la digitalisation au fur et à mesure que nous avançons dans le XXI^e siècle. En particulier, les TIC ont eu un impact assez limité sur la pratique éducative dans l'éducation aujourd'hui, mais cet impact augmentera considérablement dans les années à venir et les TIC deviendront un puissant agent de changement pour de nombreuses pratiques éducatives.

La digitalisation de l'université a eu un impact positif sur l'enseignement, l'apprentissage et la recherche. Les TIC peuvent influencer sur la prestation de l'éducation et permettre un accès plus large à celle-ci. En outre, il augmentera la flexibilité afin que les usagers puissent accéder à l'éducation indépendamment du temps et des barrières géographiques. Elle peut influencer la façon dont les usagers sont enseignés et la façon dont ils apprennent. Elle offrirait un environnement riche et motivant pour l'enseignement faisant l'objet de la stratégie globale de l'université, ce qui semble avoir un impact profond sur le processus d'apprentissage dans l'éducation en offrant de nouvelles possibilités aux usagers et aux enseignants. Ces possibilités peuvent avoir une incidence sur le rendement et la motivation des usagers.

De même, une plus grande disponibilité des meilleures pratiques digitales, qui peuvent être partagés au moyen des TIC, peut favoriser un meilleur enseignement et améliorer l'image de marque des universités et garantir la motivation des usagers.

REFERENCES

Berthoud (2002). « Validation de la version française de l'échelle de contrôle de Levenson (IPC), influence de variables démographiques et de la personnalité », *Annales Médico-psychologiques, revue psychiatrique*, vol. 160, no 2, p. 138-148.

Besnier, J.-M. (2005). *Les théories de la connaissance*. PUF.

Blin, F., & Munro, M. (2008): « Why hasn't technology disrupted academics' teaching practices? Understanding resistance to change through the lens of activity theory». *Computers & Education*, 50(2), 475-490.

Brahimi, T., & Sarirete, A. (2015). «Learning outside the classroom through MOOCs». *Computers in Human Behavior*, 51, 604-609.

Bressolles Grégory (2012). *L'e-marketing* Paris : Dunod. 128P.

Breton, P. (2000). *Le culte de l'Internet, une menace pour le lien social*. Paris : La découverte.

Bruno S, Dąbrowski D. The effect of social media perception on consumer communication of brands Working Paper Series A (Economics, Management, Statistics). 2013 Jun. No.12/2013

Clardy, A. (2009): « Distant, on-line education: Effects, principles and practices. ERIC Document ED506182». Retrieved from <http://eric.ed.gov/?id=ED506182>

Clark, R. E. (1994). «Media will never influence learning». *Educational technology research and development*, 42(2), 21-29.

Conole, G. G. (2013). «MOOCs as disruptive technologies: strategies for enhancing the learner experience and quality of MOOCs». *Revista de Educación a Distancia*, (39).

Dussart :*Décisions Marketing* (2012, p.83).

Elliance est une agence de marketing basée à Pittsburgh qui aide les collèges, les b2b marketers, les banques et les organisations à but non lucratif à tirer parti du numérique et des données.

Fill, C 2009, *Marketing communications: interactivity, communities and content*. Pearson, Harlow.

Florès Laurent (2012). *Mesurer l'efficacité du marketing digital : Estimer le ROI pour optimiser ses actions* Paris:Dunod, 284p.

Ford K. The influence of digital communication on consumers' attitudes to brands. Europe: Harris Interactive; 2009.

Ford K. The influence of digital communication on consumers' attitudes to brands. Europe: Harris Interactive; 2009.

Gasevic, D., Kovanovic, V., Joksimovic, S., & Siemens, G. (2014). « Where is research on massive open online courses headed? A data analysis of the MOOC Research Initiative». *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 15(5).

H.Tarmer, and Lebzar,B . «Les pratiques du marketing digital au sein des universités Marocaines: Un essai de cartographie." (2018) ».

Harasim, L. (2000): « Shift happens: Online education as a new paradigm in learning. *The Internet and Higher Education*», 3(1-2), 41-61. doi:10.1016/S1096-7516(00)00032-4

Jonassen, D. H., Reeves, T. C., Hong, N., Harvey, D., & Peters, K. (1997). « Concept mapping as cognitive learning and assessment tools». *Journal of interactive learning research*, 8(3), 289.

Lao, Rosina C., Chong-Jen Chuang et Kuo-Shu Yang (1977). « Locus of Control and Chinese College Students », *Journal of Cross-Cultural Psychology*, vol. 8, no 3, p. 299-313.

Lee, Youngju et Jaeho Choi (2013). « A structural equation model of predictors of online learning retention », *The Internet and Higher Education*, vol. 16, no 0, p. 36-42.

Levenson, Hanna (1973). « Reliability and Validity of the I, P, and C Scales-A Multidimensional View of Locus of Control ».

Levenson, Hanna (1974). « Activism and powerful others: Distinctions within the concept of internal-external control », *Journal of personality assessment*, vol. 38, no 4, p. 377-383.

Levy, Yair (2007). « Comparing dropouts and persistence in e-learning courses », *Computers & Education*, vol. 48, no 2, p. 185-204.

Mason, R. (2000): « From distance education to online education. *The Internet and Higher Education* »3(1-2), 63-74. doi:http://dx.doi.org/10.1016/S1096-7516(00)00033-6

Means, B. et K. Olson (1995). *TECHNOLOGY'S ROLE IN EDUCATION REFORM*, SRI.

Miltiadou, Marios et Wilhelmina C. Savenye (2003). « Applying social cognitive constructs of motivation to enhance student success in online distance education », *AACE journal*, vol. 11, no 1, p. 78-95.

Moore, Gary C. et Izak Benbasat (1991). « Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation », *Information Systems Research*, vol. 2, no 3, p. 192-222.

Moos, Daniel C. et Roger Azevedo (2009). « Learning with Computer-Based Learning Environments: A Literature Review of Computer Self-Efficacy », *Review of Educational Research*, vol. 79, no 2, p. 576-600.

Morris, Libby V., Sz-Shyan Wu et Catherine L. Finnegan (2005). « Predicting retention in online general education courses », *The American Journal of Distance Education*, vol. 19, no 1, p. 23-36.

Ovazza Youmna (2011) *Comment construire sa stratégie digitale : avoir une vision globale d'internet pour y agir efficacement* s.l :s.n. 57P.

Pappano, L. (2012). «The Year of the MOOC». *The New York Times*, 2(12), 2012.

Pappano, Laura (2012). « The year of the MOOC », *The New York Times*, vol. 2, no 12, p. 2012. 70 | P a g e
Park, Ji-Hye et Hee Jun Choi (2009). « Factors Influencing Adult Learners' Decision to Drop Out or Persist in Online Learning », *Educational Technology & Society*, vol. 12, no 4, p. 207-217.

Parker, Angie (1999). « A study of variables that predict dropout from distance education », *International Journal of Educational Technology*, vol. 1, no 2, p. 1-10.

Pintrich, Paul R et Elisabeth V De Groot (1990). « Motivational and self-regulated learning components of classroom academic performance », *Journal of educational psychology*, vol. 82, no 1, p. 33.

Pintrich, Paul R. (1991). « A manual for the use of the Motivated Strategies for Learning Questionnaire (MSLQ) ».

Pornpitakpan C. The persuasiveness of source credibility: a critical review of five decades' evidence. *Journal of Applied Social Psychology*. 2004; 34:243–81

Presson, Paul K., Steven C. Clark et Victor A. Benassi (1997). « The Levenson locus of control scales: Confirmatory factor analyses and evaluation », *Social Behavior and Personality: an international journal*, vol. 25, no 1, p. 93-103.

Raman, Arumugam, Yahya Don, Rozalina Khalid et Mohd Rizuan (2014). « Usage of Learning Management System (Moodle) among Postgraduate Students: UTAUT Model », *Asian Social Science*, vol. 10, no 14, p. 186.

Raykov, Tenko (1997). « Estimation of composite reliability for congeneric measures », *Applied Psychological Measurement*, vol. 21, no 2, p. 173-184. Rita Halpert, Russ Hill (2011). 28 MEASURES OF LOCUS OF CONTROL. http://teachinternalcontrol.com/uploads/LOC_Measures__1_.pdf Rossier, J., C. Rigozzi et S.

Rotter, Julian B. (1966). « Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement », *Psychological monographs: General and applied*, vol. 80, no 1, p. 1.

Sijtsma, Klaas (2009). « On the Use, the Misuse, and the Very Limited Usefulness of Cronbach's Alpha », *Psychometrika*, vol. 74, no 1, p. 107-120.

Simon H, Roth MS, Madden TJ. Customer communications management in the new digital era. Center for Marketing Studies Darla Moore School of Business University of South Carolina. 2012 Jan.

Taylor, J. C. (2001): «Fifth generation distance education. Presented at the Keynote address delivered at the ICDE 20th World Conference, Dusseldorf, Germany». Retrieved from <http://www.usq.edu.au/users/taylorj/conferences.htm>

Thompson, Ronald L., Christopher A. Higgins et Jane M. Howell (1991). « Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization », *MIS Quarterly*, vol. 15, no 1, p. 125-143.

Tripathi, Anju et K. R. Chaturvedi (2014). « IMPACT OF INTRINSIC MOTIVATION ON PERFORMANCE: A LITERATURE REVIEW », *International Journal of Organizational Behaviour & Management Perspectives*, vol. 3, no 4, p. 1266.

Tsai, Chin-Chung, Shih-Chyueh Chuang, Jyh-Chong Liang et Meng-Jung Tsai (2011). « Self-efficacy in Internet-based learning environments: A literature review », *Journal of Educational Technology & Society*, vol. 14, no 4, p. 222-240.

Wobbekind, R. L. (2012). « On the Importance of Education », *Business Economics*, vol. 47, no 2, p. 90-96.