

QUOI ?

Titre

Un community manager au lycée

Éviter les sigles, les termes trop généraux, les indications d'établissement ou d'année scolaire. 120 signes maximum. Exemple à suivre : « Prête-moi ta voix-Dys-moi ton livre » ou « Fabulis 3.0 : un laboratoire pour l'école inclusive ». À éviter : « Classes coopératives » ou « Concours de poésie au collège ».

C'est innovant ! *1

- Communication « à 360 ° » : gestion du site officiel de l'établissement en connection avec les réseaux sociaux (Facebook, Twitter),
- Présence en ligne, animation, interaction et relais d'informations,
- Création de contenus originaux,
- Éducation aux médias sociaux à travers leurs usages professionnels.

Décrire en quoi consiste l'action et comment elle modifie les pratiques habituelles. Éviter les propos généraux, trop vagues, qui ne décrivent pas l'action ou ne mettent pas en lumière ce qui la différencie profondément des modes de fonctionnement ordinaires. 1000 signes maximum

Visuel à joindre

Photos, illustrations ou vidéos (formats admis : jpg, png, mp4, mov, avi, mpeg). Choisir un format paysage d'une largeur minimale de 800 pixels.



Quel(s) thème(s) ?

Communication et éducation aux médias et à l'information

¹ Ce champ est obligatoire

Quel(s) dispositif(s) ?

Communication autour des actions et des projets pédagogiques et culturels de l'établissement

Quelle(s) matière(s) ?

Communication autour des actions et des projets pédagogiques et culturels de l'établissement

Quelle(s) compétence(s) ?

- Maîtrise de la langue française à des fins de communication,
- Coopération avec les différents partenaires de l'école (parents d'élèves, professionnels des deux filières de formations dispensées dans l'établissement...).

Document ou lien : possibilité d'ajouter un fichier de présentation

www.lycee-darce.fr

Expérimentation ?

L'action est-elle menée dans le cadre d'une expérimentation (article L. 401-1 du code de l'éducation) ?

Lien avec la recherche ?

Décrire succinctement le lien avec la recherche en 1000 signes maximum. (nom du laboratoire, discipline concernée...)

QUI ?

C'est innovant

Gestion de la communication externe d'un établissement scolaire, par un personnel dédié, en tant que *community manager*, également référent culturel.

Mettre en relief en quoi l'action menée est innovante en raison des acteurs qui y participent. 1 000 signes maximum.

L'équipe

Indiquer qui sont les autres personnes impliquées, même ponctuellement, dans l'action.

Association CLÉA, partenaire de l'Éducation nationale, en tant que soutien technique et d'accompagnement.

Les partenaires

Une liste de partenaires, avec leur dénomination, la nature de leur participation, le nom et les coordonnées éventuelles des contacts.

- Association CLÉA, partenaire technique et conseil en communication,
- Chef d'établissement, DDFPT, CPE et l'ensemble des membres de la communauté administrative et éducative de l'établissement (gestionnaire, enseignants...), dans le but de coordonner la communication interne et externe pour les différentes composantes de l'établissement.

Les participants

Nombre d'académies	1
Nombre d'établissements	1
Nombre de classes	-
Nombre d'élèves	-
Nombre d'enseignants	-
Nombre de participants autres	-

OÙ ?

C'est innovant

Cette action est innovante dans la mesure où elle se place dans un contexte de surconsommation passive des contenus par les élèves et les adultes à travers les médias sociaux : l'objectif visé est de connecter la vie du lycée à cette sphère.

Mettre en relief en quoi l'action menée est innovante du point de vue du lieu où elle est menée, du type d'établissement, du contexte, du territoire, etc. 1 000 signes maximum

Le ou les niveaux	
La ou les classes	
Le ou les départements	
Le ou les établissements	
Son UAI (RNE)	0540032S

Pourquoi ?

Problème identifié

Cette action est née du fait qu'auparavant, il y avait un site Internet inerte et non connecté aux réseaux sociaux, ce qui rendait insuffisante la visibilité du lycée.

Décrire ce qui vous a poussé à imaginer et à mener cette action. 1 000 signes maximum.

Indicateur

Comment le problème se mesure-t-il ?

Exemples : taux d'absentéisme, taux de réussite à un examen national, nombre d'élèves décrocheurs par an...)

Périodicité	<input type="checkbox"/> Annuelle <input type="checkbox"/> Semestrielle <input type="checkbox"/> Trimestrielle <input type="checkbox"/> Mensuelle <input type="checkbox"/> Hebdomadaire <input type="checkbox"/> Quotidienne
Source	
Date	
Valeur initiale	

Origine de l'action

- Volonté de dynamiser l'équipe enseignante en s'appuyant sur une personne ressource motivée et désireuse de développer la communication.
- Volonté de modifier l'image de l'établissement en développant notamment le rayonnement local.

Si le champ "indicateur" ne peut pas être renseigné (absence de données quantitatives), donner une information qualitative (exemple : dégradation du climat scolaire, démotivation, violence, etc.). Champ texte, 1000 signes

Sources d'inspiration

- Livres, revues, articles
- Conférences, rencontres, séminaires
- Autres fiches Innovathèque

➤ Autres (précisez)

QUAND ?

Indiquer la date du début de l'action et la date, même prévisionnelle, de sa fin.

Date de début	Date de fin
2017	...

Observation :

Le constat initial a été appuyé par le chef d'établissement à sa prise de fonction. Présentant une réelle appétence pour la communication et étant désireuse de mettre en place un personnel dédié à la communication.

Préciser éventuellement ce qui a préfiguré et préparé votre action, les interruptions dans son déroulement, les grandes étapes...1 000 signes maximum.

COMMENT ?

Vous pouvez ici détailler la mise en œuvre de votre action en précisant les moyens humains, matériels ou financiers dont vous avez bénéficié.

Mise en œuvre

Étape 1 : Création d'un site Internet de façon coopérative.
Étape 2 : Création d'une page Facebook, d'un compte Twitter et d'un compte Google +.
Étape 3 : Création d'un contenu original.
Étape 4 : Partage, mutualisation et interaction pour créer et animer une communauté.

Décrire les modalités de mise en œuvre de l'action. 1 000 signes maximum.

Moyens mobilisés

Moyens	Humains	Matériels	Financiers
Volume	1	Matériel spécifique, ordinateur portable	Investissement global d'un montant de 2 000,00 €
Lien(s) ou pièce(s) jointe(s) possible	-		

Modalités de mise en œuvre

Autonomie du *community manager* en lien avec la communauté éducative et la direction de l'établissement.

Décrire concrètement comment vous avez mis en œuvre votre action

QUEL BILAN ?

Quelles modalités et méthodes d'évaluation ?

- Auto-évaluation par l'équipe pédagogique** **Autre évaluation (associations, consultants...)**
 Évaluation interne à l'éducation nationale Document ou pièce jointe possibles
 Évaluation par des chercheurs,

Indicateurs actualisés

Actualiser ici la valeur des indicateurs définis dans la page Pourquoi ? afin de rendre compte de leur évolution.

Indicateur	Périodicité	Date initiale	Valeur initiale	Date finale	Valeur finale
Nombre de visites sur le site	Quotidienne et hebdomadaire	2017	0	2018	62 000 visiteurs (300 à 400 par jour)
Nombre d'interactions sur les réseaux					508 abonnés Facebook

L'évolution observée

Très forte croissance de la fréquentation du site Internet depuis sa création.

Indiquer toute évolution de l'information qualitative fournie précédemment, dans la rubrique "Pourquoi ? Origine de l'action". 1 000 signes maximum.

ET APRÈS ?

A retenir

- Poursuivre l'action engagée sur les réseaux sociaux pour continuer à valoriser l'image de l'établissement.

Indiquer les effets principaux de l'action. 1 000 signes maximum.

Diffusion

Indiquer les supports qui ont permis de valoriser l'action.

Type	Article	Vidéo	Formation	Autre
Liens	lycee-darce.fr			
Date				
Observation				

Suites de l'action

- Viser la création de vidéos pour toucher davantage les élèves,
- Aller vers le développement d'un média lycéen ; une web TV.

Indiquer si le périmètre de l'action s'est élargi, et si elle a eu des suites au sein de son établissement d'origine ou à l'extérieur (essaiage). 1 000 signes maximum.