Pourquoi disséminer? Informer?Sensibiliser? Faire agir?

POURQUOI DISSEMINER?

- augmenter la visibilité des EES (attractivité)
- sensibiliser la direction
- sensibiliser le monde de l'entreprise
- recruter des étudiants et des membres du personnel
- répondre aux obligations contractuelles des bailleurs de fonds (AEF, EU)
- renforcer l'internationalisation@home
- renforcer les liens entre le monde de l'éducation et le monde professionnel (mobilité des jeunes diplômés)

QUI

- en interne
  - direction
  - bureau des RI / de mobilité
  - coordinateur institutionnel des relations internationales
  - coordinateurs RI de catégorie/de département/facultaires
  - cellule communication de l'EES
  - enseignants
  - étudiants (via des projets d'études: exemple: sections communication, graphisme, cinéma)
  - étudiants/staff mobiles
- en externe
  - boite de consultance
  - graphiste

VERS QUI (public-cible)

- interne
- externe
- niveau
  - local
  - regional
  - national
  - européen
  - mondial
- type de public-cible
  - participants IN et OUT
  - partenaires locaux
  - ARES (CRI)
  - conseil d'administration
  - presse
  - direction
  - responsables politiques
  - bailleurs de fonds (AEF, UE)
  - grand public
  - monde professionnel
  - partenaires potentiels
  - partenaires existants
  - personnel administratif

QUAND

- avant: plan, retroplanning
- pendant: alimenter les outils
- après: via un rapport d'activités

QUOI

- productions tangibles
  - affiche
  - brochure
  - rapport: rapport d'activité, rapport final
  - lettre d'information
  - blog
  - video
- productions intangibles
  - partage d'expériences des OUT
  - compétences interculturelles, pédagogiques
  - cours: 30 ECTS en anglais

COMMENT (canaux)

- supports écrits: brochures,leaflets
- concours erasmus: video
- bureaux virtuels (e-campus..)
- ESN ou cellules locales (ex: erasmons), conseil étudiant
- réunions/évènements: séance d'info, exposition
- journée/semaine d'intégration des IN
- journée pédagogique axée sur la mobilité
- forum mobilité (entre pairs)
- témoignages: video...
- presse
- internet, avec pages en français et en anglais
- activation des réseaux
- réseaux sociaux: facebook
- newsletter en interne
- affiches, valves

PLAN DE DIFFUSION DES RESULTATS

- dégager les priorités et les approches les plus pertinentes
- évaluer la faisabilité
  - ressources financières?
  - ressources humaines?
  - comptétences?
  - temps?
  - supports déjà existants?
- avoir le soutien de la direction
- créer ou renforcer les synergies entre les différentes cellules : RI, communication, informatique
- mutualiser les ressources huamines et/ou technologique au niveau interne de l'EES, au niveau des Pôles (interdisciplinarité)
  - exemple: Pôle Hainaut: création d'une vidéo
- évaluer la stratégie
  - mettre en place un suivi du calendrier et des objectifs du plan de dissémnination
  - désigner une personne ou un service responsable
    - direction
    - cellule RI
    - cellule qualité
    - cellule communication
  - définir des indicateurs (SMART)
    - faits et chiffres liés au site web: nbre de mise à jours, de visites, de consultations
    - couverture médiatique: nombre d'article de presse...
    - visibilité sur les réseaux sociaux
    - nombre d'évènements en lien avec le projet
    - nombre de participants à un évènement
  - analyser les résultats
  - poser les bonnes questions
  - agir en conformité avec les résultats de l'évaluation