

Stratégies et pratiques de communication pour l'économie sociale et solidaire

ACTIVITÉS	COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES <i>associées aux activités et tâches</i>	MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<p>Activité 1 : Analyser les enjeux et formuler les orientations d'une stratégie de communication adaptée à une structure de l'Economie sociale et solidaire (ESS)</p>	<p>C1 – Définir une stratégie de communication à partir d'une analyse des pratiques et des enjeux d'une structure de l'ESS.</p> <p>C2 - Construire une veille active sur les pratiques de communication notamment innovantes des acteurs de l'ESS, en utilisant un outil numérique.</p>	<p>Modalités d'évaluation A1ME1 Le candidat présente un document écrit et soutient à l'oral une stratégie de communication adaptée à une structure de l'ESS.</p> <p>Mode : Mise en situation professionnelle Le candidat présente la stratégie de communication en s'appuyant notamment sur les résultats de la veille réalisée en C2.</p> <p>Durée : 20 minutes de présentation orale</p> <p>Modalités d'évaluation A1ME2 Mode : Mise en situation professionnelle</p> <p>Le candidat produira une synthèse écrite incluant des infographies à partir de sa veille. <i>Le candidat doit citer ses sources et décrire les grandes tendances.</i></p> <p>Le candidat présente des indicateurs de performance sous la forme d'un rapport contenant des mesures de notoriété (durée et fréquence de la consultation, nombre de visiteurs, nombre de followers, profils des utilisateurs).</p>	<p>E1 - La stratégie de communication est conforme aux enjeux d'éthique et de responsabilité de l'ESS par :</p> <ul style="list-style-type: none"> - un marketing non intrusif, - une valorisation de l'intérêt général et de la communication participative. <p>La stratégie de communication développe à la fois la notoriété, la visibilité, l'attractivité et la cause prioritaire de la structure concernée, grâce à des recommandations précises et réalisables.</p> <p>E2 – La présentation visuelle de la veille doit intégrer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'actualité des campagnes de communication en cours (structures de l'ESS). - des analyses des secteurs choisis, des acteurs ou forces en présence, de la concurrence et de ses moyens, des innovations, des statistiques et des sondages et d'une analyse prospective.

Stratégies et pratiques de communication pour l'économie sociale et solidaire

<p>Activité 2 : Formuler et présenter un plan de communication prenant en compte les réalités et enjeux d'une structure d'économie sociale et solidaire</p>	<p>C1 - Etablir un plan de communication responsable incluant un calendrier éditorial et prenant en compte les moyens et les valeurs de la structure.</p> <p>C2 - Construire des tableaux d'indicateurs de suivi de la performance des actions proposées.</p>	<p>Modalités d'évaluation A2ME3</p> <p>Le candidat formule à l'écrit et présente à l'oral un plan de communication et son calendrier éditorial, respectant les principes de l'ESS.</p> <p>Durée : 30'</p> <p>Modalités d'évaluation A2ME4</p> <p>Mode : Le candidat rédige un plan de communication sous la forme d'un rapport qui comporte trois parties :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'étude du contexte et l'analyse du système de communication (émetteurs, relais, cibles) ; - la méthode (les axes et les objectifs visés) - les modalités et le calendrier des actions. 	<p>E3 et E4 – Le candidat présente un plan de communication responsable :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les objectifs et les valeurs à atteindre sont précises - les cibles sont identifiées - les ressources à mobiliser sont réalistes - le calendrier éditorial à mettre en œuvre est concret et raisonnable. - le budget est maîtrisé par la connaissance des moyens financiers de la structure. - la demande de devis aux prestataires est conforme à la réalité du marché, <p><i>Le rapport est réalisé avec un logiciel de diaporama qui inclut des infographies et un budget au format tableur.</i></p>
--	---	--	---

Stratégies et pratiques de communication pour l'économie sociale et solidaire

<p>Activité 3 : Concevoir, produire et évaluer des contenus de communication responsable</p>	<p>C1 - Construire le profil responsable d'une structure de l'ESS dans les médias et sur les réseaux sociaux.</p> <p>C2 - Utiliser efficacement les réseaux sociaux et les relations presse pour déployer une campagne responsable de la structure de l'ESS.</p> <p>C3 - Produire des contenus digitaux (éditorial, son, image, audiovisuel, infographie) adaptés à chacun des canaux de diffusion (spécificités techniques et narratives).</p> <p>C4 - Travailler en mode collaboratif, collectif et participatif pour la réalisation de contenus digitaux (long format, site) et print.</p> <p>C5 – Concevoir et mettre en place un événement de communication responsable.</p> <p>C6 – Se construire un profil de responsable de communication pour l'ESS sur les réseaux sociaux.</p>	<p>Modalités d'évaluation A3ME5</p> <p>Mode : Mise en situation professionnelle</p> <p>Le candidat expose à l'oral sous une forme vidéo-projetée les divers contenus de communication, les moyens pour les diffuser et les critères pour les évaluer en respectant les valeurs de l'ESS. Les contenus sont organisés et archivés dans un espace numérique partagé.</p> <p>Durée : 20'</p> <p>Le candidat propose un debrief écrit et oral portant sur l'évènement responsable et formule des recommandations d'amélioration.</p>	<p>E1. Les améliorations proposées sur le profil de la structure permettent un meilleur référencement naturel et plus de viralité.</p> <p>E2. La présentation des contenus produits pour la campagne prend en compte la cohérence, la pertinence et le rythme de diffusion sur les différents canaux (réseaux sociaux, site, relations presse).</p> <p>E3. Les contenus produits sont bien adaptés aux supports et permettent une bonne visibilité et viralité.</p> <p>E4. Le projet graphique et éditorial est innovant et les contenus produits respectent les principes de l'ESS (Intérêt général, lucrativité limitée, participation des parties prenantes et de la gouvernance de la structure, engagement citoyen, respect des droits d'auteur).</p> <p>E5. L'organisation et la production de l'évènement responsable incluent une bonne mobilisation des acteurs de l'ESS notamment sur les réseaux sociaux.</p> <p>E6. Présent sur les principaux réseaux sociaux, le candidat valorise clairement ses compétences en communication pour l'ESS.</p>
---	---	--	--