

LES MÉDIAS SOCIAUX POUR LA RECHERCHE ET LA POLITIQUE (SM1L)

Module

Communication de la recherche par le biais des médias sociaux

Format

Présentation

Objectif

Cette présentation contribue aux objectifs d'apprentissage du module en expliquant aux participants ce que sont les médias sociaux et comment ils peuvent être utiles dans les domaines de la recherche et de la politique. Elle propose des orientations sur la façon de commencer à participer aux trois plateformes de médias sociaux sur le plan professionnel.

Durée nécessaire

- 1 heure

Description de l'activité

Présentation PowerPoint avec les notes d'un conférencier. Cette session couvre un large champ du domaine des médias sociaux. Elle commence par une définition et une introduction aux médias sociaux, y compris une explication du rôle que jouent les médias sociaux dans la communication de la recherche et de la politique. La présentation couvre ensuite les informations de base sur les trois principales plateformes des médias sociaux : Facebook, Twitter et LinkedIn. La dernière section de la présentation décrit les meilleures pratiques et les règles relatives à l'engagement professionnel dans les médias sociaux, ainsi que les conseils sur la façon de devenir un participant influent dans les médias sociaux.

En fonction du groupe de participants, vous pouvez ignorer les sections qui couvrent les fondamentaux de l'utilisation de Facebook, Twitter et LinkedIn. La présentation est formatée de manière à pouvoir cacher facilement une ou plusieurs de ces sections, en fonction de vos préférences.

Cette présentation contient très peu de questions de discussion ; en qualité de présentateur, nous vous invitons à faire participer le public et à poser des questions régulièrement, comme par exemple demander des exemples supplémentaires issus de l'expérience des participants.

Boîte à outils de formation à la communication politique

GUIDE DU FACILITATEUR

De nombreuses personnes sont actives sur les réseaux sociaux de nos jours, et certains éléments de la présentation peuvent sembler basiques. Cependant, de nombreux participants ont appris les compétences des réseaux sociaux en « pratiquant » plutôt qu'en apprenant formellement comment utiliser les plateformes. Il peut donc être très utile de parcourir rapidement les principes de base. En outre, ce n'est pas parce qu'une personne est active sur les réseaux sociaux personnellement que ses compétences peuvent contribuer à établir un profil professionnel et à générer un suivi important. Cette présentation se concentre sur ces éléments en particulier.

De nombreux exemples proviennent des comptes des médias sociaux du PRB. Vous avez la possibilité d'adapter ces exemples à votre propre organisation, si vous avez une présence active dans les médias sociaux.

Concept(s) d'apprentissage clé(s)

- Pourquoi les médias sociaux sont-ils utiles pour communiquer sur la recherche et la politique.
- Compétences de base pour naviguer sur Facebook, Twitter et LinkedIn.
- Meilleures pratiques et règles d'utilisation des médias sociaux.
- Stratégies fréquentes pour susciter un suivi professionnel dans les médias sociaux.

Matériel nécessaire

- Ordinateur portable et projecteur

Exercices connexes

- Communication de la recherche par le biais des médias sociaux (SM2E)
- Les médias sociaux dans la pratique (SMS2D)

Préparation nécessaire

- Aucune



1875 Connecticut Avenue, NW, Suite 520
Washington, DC 20009 • Ph: 800-877-9881

www.prb.org