

Module 2 Communication digitale

Sous-module 2.1 – Communication numérique et réseaux sociaux

Type de module : optionnel

Compétences clés de l'UE développées : Numérique
Développement personnel
Entreprenariat

Mode de réalisation de la formation : en visioconférence

Nombre d'heures prévues : 4

1. Brève description du sous-module (*objectif général et mots clés*)

Ce module est une introduction aux médias sociaux et à la manière dont ils peuvent être utilisés comme moyen de communication, ainsi que pour développer ou faire croître une entreprise ou une marque personnelle. Les éléments spécifiques se concentreront sur les différentes plates-formes et types de contenu, personnel vs professionnel, les mesures et la création de contenu.

2. Les résultats d'apprentissage (*ce que les apprenants vont apprendre ?*)

- Différences entre les plateformes sociales et leur contenu.
- Comment elles peuvent être utilisées à titre personnel et pour les entreprises.
- Comment effectuer des actions de base sur les médias sociaux.
- Le rôle des médias sociaux aujourd'hui, comment et pourquoi les utiliser.
- L'étiquette et la sécurité sur les médias sociaux.

3. Durée et calendrier (*combien d'heures au total ? Comment les heures sont-elles réparties ? Y a-t-il d'autres exigences ou suggestions... ?*)

4 heures au total

4. Techniques (*quelles méthodes seront utilisées, par exemple : leçons, étude de cas, visite, débats, journées sur le terrain, modèles, questions-réponses, brainstorming, travaux de groupe, présentation, travail en binôme... ?*)

- A. Discussion pour évaluer leur compréhension des médias sociaux, leurs attentes vis-à-vis du module et présentation pour introduire les concepts.
- B. Présentation et tutorat des différentes plates-formes et types de contenu par partage d'écran.
- C. Présentation des meilleures pratiques, par exemple des exemples de personnes utilisant les médias sociaux pour développer leur marque personnelle / leur entreprise

5. Formateurs (*Quelle expertise est requise pour dispenser ce sous-module ? Y a-t-il des conseils pour les formateurs sur la préparation ou la conduite du sous-module ?*)

Un formateur ayant un diplôme ou une expérience professionnelle en marketing / marketing numérique.

6. Observations (*y a-t-il d'autres observations pertinentes à propos de ce sous-module, des conseils et des suggestions pour l'exécution ?*)

Utilisez des exemples réels qui peuvent être reliés aux participantes.

- Ne pas trop compliquer avec du jargon, trop de détails sur les métriques et les analyses.

- Des tutoriels étape par étape.
- Travail de laboratoire - demandez aux participants de poster un statut/une image/une mise à jour pendant le cours #RuralFemmes.

7. Organisation du sous-module (réalisation de l'activité)

Séquence/activité	Objectifs	Temps	Ressources (plateforme d'apprentissage, connexion en ligne, tableau, crayons, transport...)	Matériel de formation (présentations, textes, rapports, tableaux, vidéos, documents à distribuer...)
Introduction - Aperçu général des plateformes de médias sociaux, de leurs utilisations et de la manière dont elles peuvent être utilisées.	Comprendre ce que sont les médias sociaux, quelles sont les principales plateformes et quel type de contenu appartient à chacune d'elles	30 mins	Visioconférence	Vidéos et présentation
Présentation des avantages des médias sociaux pour le développement de la marque personnelle et la notoriété de la marque de l'entreprise.	Sensibiliser au rôle des médias sociaux dans la société d'aujourd'hui et à la manière dont ils peuvent être utilisés / dont ils ont été utilisés à l'aide d'exemples réels, Importance du réseautage.	30 mins	Visioconférence	Vidéos et présentation
Tutoriel sur l'utilisation d'Instagram, Twitter et Facebook.	Aperçu de la manière dont les plateformes sont utilisées. Tutoriel sur la façon de publier un statut, une image, une histoire ou un tweet sur chaque plateforme.	1 h	Visioconférence, Applications téléchargées	Vidéos, partage d'écran et présentation
Création de contenu	Aperçu de chaque plateforme, avantages et inconvénients de l'auto-conception d'un site Web	30 mins	Visioconférence	Présentation et partage d'écrans
Meilleures pratiques et compréhension des indicateurs	Comment créer un post graphique sur les médias sociaux à l'aide de Canva, moyens de créer un engagement en accord avec le public cible	30 mins	Visioconférence	Présentation, vidéos & partage d'écrans
Intervenant invité	Ce qu'il faut faire et ne pas faire sur les médias sociaux, par exemple comment travailler avec l'algorithme, répondre/traiter les critiques, les heures et la fréquence de publication, comment accéder aux rapports d'analyse et ce qu'ils signifient.	30 mins	Visioconférence	Présentation, vidéos & partage d'écrans
Feedback	Un orateur invité pour donner un aperçu de la vie	30mins	Visioconférence	Présentation et discussion

	réelle et le contexte de leur expérience d'utilisation des médias sociaux pour leur marque personnelle			
--	--	--	--	--

8. Annexes

Annexe 1. Liens et références

Annexe 1.1. Présentation de l'introduction aux médias sociaux

Annexe 1.2. Comment démarrer

Annexe 1.3. Les médias sociaux pour l'image de marque personnelle / le développement commercial

Annexe 1.4. Exemples de bonnes pratiques

Annexe 1.5. Mesures

Annexe 1.6. Création de contenu pour les médias sociaux et meilleures pratiques

Annexe 1.7. Directives pour les médias sociaux - Exemple

Annexe 8. Feuille d'évaluation