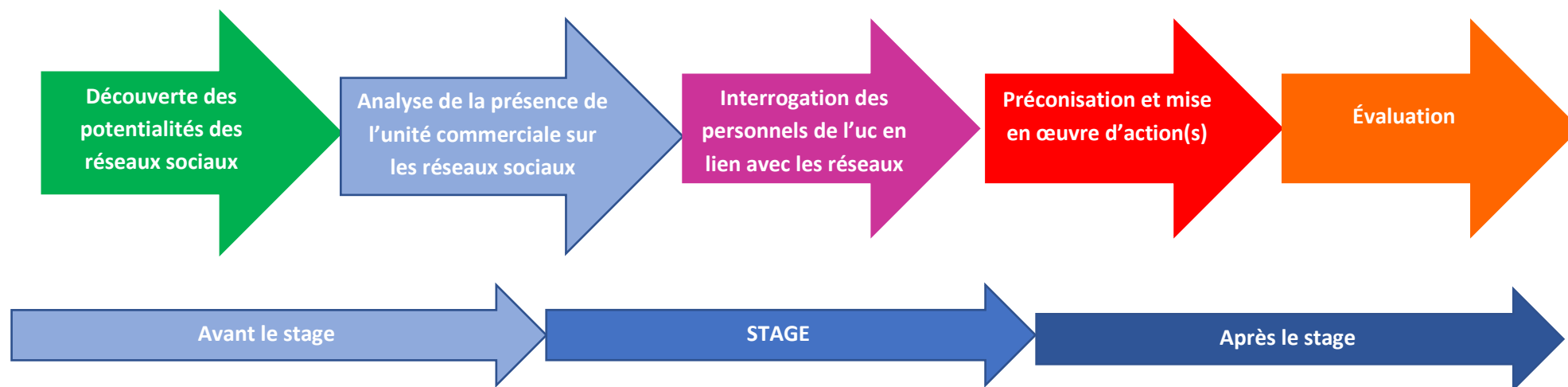


Les missions à réaliser



	Mission 1	Mission 2	Mission 3	Mission 4	Mission 5
Modalité d'élaboration	Chaque réseau social est analysé par un <u>groupe d'étudiants</u> qui doit Identifier des sources documentaires Rechercher les informations, les sélectionner, les classer, les hiérarchiser	<u>En individuel ou par groupes d'étudiants se constituant</u> autour de secteurs d'activité ou par enseigne quand cela est possible. Identifier les réseaux sociaux exploités par l'unité commerciale et/ou son enseigne et notamment dans chacun des leviers du POEM Analyser les contenus Dégager les forces et les faiblesses de la présence de l'unité sur les réseaux sociaux.	En stage, <u>chaque étudiant</u> mène une investigation dans son unité commerciale à l'aide de supports adaptés à son contexte. Ils doivent identifier les personnes ressources, les actions mises en œuvre, les modalités et contraintes, les cibles visées, les occasions et les retombées, les contrôles par l'enseigne et les besoins éventuels de l'UC en matière de communication sur les réseaux sociaux.	Pendant ou après une période de stage, <u>chaque étudiant</u> propose et met en œuvre une ou plusieurs actions de communication sur les réseaux sociaux Ils doivent recenser et arbitrer les actions, choisir des actions à mettre en œuvre et les réaliser	<u>Chaque étudiant</u> conçoit un ou plusieurs outils de recueil des performances. Le cas échéant, il pourra collecter l'information nécessaire à l'évaluation des retombées de l'action de communication mise en œuvre, analyser les résultats et envisager les actions correctives
Modalité de restitution	Mutualisation à l'ensemble de la classe par des exposés et un support de synthèse complété par chaque groupe	Support d'analyse complété par enseigne et mutualisation dans le groupe quand cela est possible et pertinent.	Rédaction d'un compte rendu individuel ou création de tout autre support vidéo ou audio	Partage et restitution des créations sur le mur collaboratif (padlet) de la classe.	Création d'outils individuels d'évaluation des retombées des actions de communication, rapport de synthèse