|  |
| --- |
| **FORMATION CONTINUE DES CONSEILLERS ET DES MANAGERS DE CAREER CENTER**  **FICHE CHECKLIST POUR PLANIFIER L’ELABORATION D’UN MAGAZINE DES ALUMNI** |
| **Nom du module : 29 – MOBILISER LES LAUREATS** |

|  |  |
| --- | --- |
| Lorsque vous planifiez l’élaboration d'un magazine des Alumni, vous devez garder à l'esprit les différentes étapes et processus. Veuillez-vous référer à ce document en tant que ressource lors des étapes de planification.  **1.** **Rôles et ressources** | |
| Qui servira de chef de projet ? |  |
| Qui va prendre l'initiative de rédiger ?   * Staff du Career Center * Etudiants ambassadeurs * Corps professoral * Département journalisme / Marketing / Relations publiques |  |
| Qui va prendre l'initiative sur la mise en page, l’impression et la conception ?   * Un département ou des individus dans votre institution ? Qu'en est-il des étudiants talentueux en stage au Career Center ? |  |

**2. Contenu**

|  |  |
| --- | --- |
| Qui va examiner le contenu, tant sur le fond que sur le style ? |  |
| Avez-vous besoin de l'approbation finale du bureau du Président / Director de votre institution ? |  |

**Contenu suggéré :**

* Message du Président de l’université / Directeur de l’institut de formation
* Message du coordinateur des anciens lauréats / Career Center
* Nouvelles du campus
* Nouvelles informations, nouveaux bâtiments, nouveaux programmes
* Articles de professeur / Entrevues avec des professeurs
* Articles d’anciens lauréats / Entretiens avec des anciens élèves
* Nouvelles des Alumni
* Événements à venir (réunions des anciens lauréats, etc.)
* Avantages pour les anciens lauréats
* Statistiques intéressantes
* Comment faire du bénévolat ou donner des fonds
* Annonces des employeurs / sponsors du magazine
* Dernière page : rappel des moyens pour rester connecté
* Quoi d'autre ?

3. **Echéancier**

|  |  |
| --- | --- |
| Quel est le temps nécessaire pour planifier, rassembler le contenu, éditer, concevoir et publier ? |  |
| Quand voudriez-vous distribuer ? Planifier en avance ! |  |
| Combien de fois par an allez-vous le publier ? |  |

4. **Budget et soutien d'entreprise**

|  |  |
| --- | --- |
| Votre institution dispose-t-elle d’un budget pour le magazine ? Sinon, pouvez-vous le produire en interne en utilisant les installations de conception et d’impression et le savoir-faire de l’institution ? |  |
| Pourriez-vous demander à une entreprise partenaire de sponsoriser tout ou partie des dépenses nécessaires à la conception et à l'impression du magazine ? |  |

5. **Public**

|  |  |
| --- | --- |
| Qui est votre public cible ? |  |
| Outre les anciens lauréats, qui d'autre trouverait ce magazine bénéfique ? |  |
| Comment le magazine des Alumni pourrait-il être utilisé comme un outil pour promouvoir les objectifs du Career Center ? |  |

6. **Stratégie de distribution**

|  |  |
| --- | --- |
| Comment les gens sauront-ils que le magazine a été publié ? Où et comment allez-vous le distribuer ? |  |

* Lien vers le site Web de votre institution (version PDF téléchargeable en ligne)
* Diffusé via les réseaux sociaux de votre institution (LinkedIn, Facebook, Instagram, etc.)
* Distribué lors des grands événements des Alumni
* Distribué par le Career Center, Bureau du Président / Directeur
* Distribué lors des salons de l'emploi
* Distribué lors des visites d’entreprises
* Autres idées

7. **Prochaines étapes**

|  |  |
| --- | --- |
| Qui inviteriez-vous à une première réunion de planification pour discuter du lancement d'un magazine des Alumni ? |  |