



MOYENS DE DIFFUSION

POUR FAIRE LA PROMOTION DE VOS ACTIVITÉS ET ÉVÉNEMENTS

Interface

- › Pour soumettre un article dans le bulletin de la vie étudiante, il vous suffit de remplir le formulaire en ligne disponible à l'adresse <http://interface.etsmtl.ca/soumettre-un-article/> au plus tard le jeudi matin 8 h pour qu'il apparaisse dans l'Interface résumé envoyé par courriel le lundi suivant.
- › Les articles doivent provenir de la communauté de l'ÉTS et être pertinents pour la communauté de l'ÉTS. Les articles à caractère personnel ne sont pas acceptés. Les Services aux étudiants (SAÉ) se gardent le droit de refuser tout article n'étant pas jugé pertinent ou qui ne correspond pas à la ligne éditoriale. Les articles doivent également respecter la Loi canadienne anti-pourriel, par conséquent ils ne doivent pas être de nature commerciale.
- › Un même article ne peut être affiché deux semaines consécutives dans la section *À l'affiche cette semaine*. Cette règle est aussi valable pour la section *En rappel*.

Télé-ÉTS

- › Pour diffusion sur le réseau d'affichage Télé-ÉTS, vous devez télécharger le gabarit PowerPoint, le mettre à jour et le faire parvenir à Stéphanie-Élizabeth Le Sieur, agente d'information aux SAÉ (elizabeth.lesieur@etsmtl.ca). Cette dernière se chargera alors de le réviser et de veiller à ce que le contenu respecte le guide éditorial. Si cela s'avère nécessaire, elle communiquera avec vous pour vous proposer des modifications.
- › Délai de diffusion : 7 jours ouvrables.
- › Durée de diffusion : 14 jours.

Calendrier web

- › Le formulaire pour afficher votre événement ou votre activité dans le calendrier web (fil RSS) se trouve à cette adresse : <http://www.etsmtl.ca/calendrier/Proposer-un-evenement>
- › Délai de diffusion : minimum 2 jours ouvrables.

Médias sociaux

- › Pour placer une demande de publication dans les médias sociaux de l'ÉTS, communiquez avec Cindy Deslippes Gauthier, agente d'information au Service des communications, à l'adresse cindy.gauthier@etsmtl.ca.
- › Pour une demande de diffusion sur la page Facebook du Centre sportif ÉTS, écrivez à elizabeth.lesieur@etsmtl.ca.
- › Le Service des communications se réserve le droit de refuser certaines demandes de diffusion en raison d'un contenu jugé inapproprié et ne cadrant pas avec le guide éditorial. Il pourra également refuser ou reporter une demande si celle-ci est faite trop tardivement ou s'il y a un nombre trop élevé de demandes simultanées.



MOYENS DE DIFFUSION

POUR FAIRE LA PROMOTION DE VOS ACTIVITÉS ET ÉVÉNEMENTS

Affichage papier

- › Faites approuver vos affiches auprès de Stéphanie-Élizabeth Le Sieur (elizabeth.lesieur@etsmtl.ca) avant de les envoyer à l'impression. Pour obtenir des supports d'affiches, communiquez avec Yan Sasseville, technicien aux affaires étudiantes aux SAÉ (yan.sasseville@etsmtl.ca). Avant de d'imprimer au Service de l'audiovisuel situé au B-0704, valider votre UBR et faites signer la réquisition de photocopie auprès de votre responsable :

Clubs scientifiques et technologiques : David Morgan (david.morgan@etsmtl.ca)

Clubs non scientifiques : Olivier Ringuet (olivier.ringuet@etsmtl.ca)

Clubs sportifs : Danny De Courval (danny.decourval@etsmtl.ca)

RELATIONS DE PRESSE

- › Vous pensez que votre nouvelle pourrait paraître dans les médias? Communiquez avec Julien-Pierre Lacombe, agent d'information au Service des communications, à julien-pierre.lacombe@etsmtl.ca.

L'HEURISTIQUE

- › Pour soumettre un article au journal étudiant L'Heuristique, suivez l'onglet « Contribuer » via <http://journal.aeets.com>.

Newad

- › Pour annoncer sur Newad, communiquez avec Alexandre Goulet, coordonnateur au Fonds de développement (alexandre.goulet@etsmtl.ca). *Des conditions et des frais s'appliquent.*

Mémos

- › En promotion de dernière heure, des mémos peuvent être distribués de mains en mains ou laissés à des endroits stratégiques. Pensez toutefois à l'environnement et évitez de « polluer » de publicités les tables de la cafétéria. Stratégie de promotion à utiliser avec parcimonie.

Courriel de masse

- › À éviter. Mieux vaut cibler votre public afin d'éviter de surcharger les boîtes de courriels de la communauté.