

TERMES DE RÉFÉRENCE POUR L'ELABORATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION ET DE LA FORMATION DES ÉTUDIANTS DE SUP NUM

1 Introduction

a) Contexte général

Sup Num, établissement leader dans l'enseignement supérieur du numérique en Mauritanie, souhaite renforcer sa présence et son impact dans le paysage éducatif grâce à une stratégie de communication innovante et engageante. Pour ce faire, Sup Num envisage de collaborer avec un bureau de communication expérimenté capable d'élaborer une stratégie de communication sur mesure, d'accompagner les étudiants dans la mise en œuvre de cette stratégie, et de fournir une formation adaptée pour optimiser l'efficacité de la communication.

b) Objectif spécifique de la prestation

Le bureau sera chargée de concevoir et d'implémenter une stratégie de communication globale pour Sup Num, d'assurer un accompagnement pratique des étudiants dans la réalisation de cette stratégie, et de dispenser une formation ciblée pour équiper les étudiants des compétences nécessaires en communication.

Cahier des charges de la prestation

Le bureau devra :

Missions	Activités
Élaborer la Stratégie de Communication	<ul style="list-style-type: none"> - Analyser les besoins en communication de Sup Num et son positionnement actuel. - Développer une stratégie de communication intégrée, incluant objectifs, cibles, messages clés, canaux de diffusion, et indicateurs de performance. - Présenter et valider la stratégie avec l'équipe dirigeante de Sup Num.

<p>Accompagner les Étudiants</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser des ateliers pratiques pour impliquer les étudiants dans la mise en œuvre de la stratégie. - Fournir un suivi régulier et des sessions de coaching pour les étudiants responsables des projets de communication. - Assurer une coordination étroite avec les enseignants et les responsables de Sup Num pour intégrer l'approche pédagogique de l'établissement.
<p>Former les Étudiants</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir et animer des sessions de formation sur des thèmes clés de la communication (réseaux sociaux, communication visuelle, prise de parole en public, etc.). • Adapter les contenus de formation aux besoins spécifiques des étudiants et aux objectifs de Sup Num. • Évaluer l'efficacité des formations et ajuster les modules en fonction des retours des étudiants et de Sup Num.

2 Livrables

Le bureau de communication devra fournir les livrables suivants :

- Un plan stratégique de communication complet, incluant un calendrier d'actions.
- Un rapport mensuel sur l'avancement de la mise en œuvre de la stratégie et l'accompagnement des étudiants.

- Des supports de formation et matériaux pédagogiques adaptés aux sessions de formation des étudiants.

3 Durée de la prestation

La durée de la mission ne doit pas excéder quatre (04) mois à compter de la date de signature du contrat.

4 Les exigences en matière de qualification requise

<p>Qualifications et compétences</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 4. Les exigences en matière de qualifications requises • Expérience avérée dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies de communication particulièrement dans le secteur public • Capacité démontrée à former et accompagner des groupes d'étudiants dans des projets de communication. • Expertise en matière de méthodologies pédagogiques adaptées à la formation en communication.
<p>Expérience professionnelle générale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Références de réalisations similaires, de préférence dans le secteur éducatif. • Portfolio de campagnes de communication réussies et de formations dispensées.

5 Lieu de la prestation

La prestation aura lieu à Nouakchott.

