

MEDIASSOCIAUX

GUIDE DES PERSONNELS, ETUDIANTS ET BÉNÉVOLES



PROJET D'ÉTABLISSEMENT
2013 • 2017
— PROJET COMMUNICATION

établissement
public de santé de
Ville-Evrard
spécialisé en santé mentale
Seine-Saint-Denis



SOMMAIRE

Edition

Délégation communication
EPS de Ville-Evrard
202, avenue Jean Jaurès 93332
Neuilly-sur-Marne Cedex
communication@epsve.fr

Conception

Rédaction

Camille Joseph
Jocelyne Chatron

Graphisme

Laurence Lefèvre / Manolau

Remerciements

aux premiers contributeurs
Maryse Camalet
Nadine Chastagnol
Kevin Desroses
Yvan Fleureau
Wanda Yekhlef
et aux relecteurs
Valérie Bouquet
Quentin Mouronval
Jean-Luc Stanislas

Impression

Reprographie interne

4

QUELQUES BASES

- > LES MÉDIAS SOCIAUX C'EST QUOI ?
- > 10 CONSEILS DE LA CNIL POUR UTILISER LES MÉDIAS SOCIAUX

6

JE CONNAIS LES COMPTES DE L'EPS VILLE-EVRARD TWITTER / LINKEDIN / FACEBOOK

7

QUELLE EST MA PLACE DANS TOUT ÇA ?

8

JE PARLE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX À TITRE PERSONNEL

10

JE PARLE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX À TITRE PROFESSIONNEL

12

- > DICTIONNAIRE DES MÉDIAS SOCIAUX
- > POUR SE FORMER
- > POUR ALLER PLUS LOIN

POURQUOI UN GUIDE DES MÉDIAS SOCIAUX ?



Les médias sociaux sont devenus des outils incontournables pour s'informer, échanger, créer des liens et faire de la veille sur tous les sujets. Ils permettent de trouver rapidement de l'information, des experts, des données, des contacts... Ces espaces d'expressions font désormais partie de notre quotidien que nous les utilisons ou pas, à la maison ou au travail, en tant qu'individu ou salarié.

Ce guide est destiné à tous les personnels, étudiants et bénévoles de l'EPS Ville-Evrard. Il donne quelques conseils aux personnes qui envisagent de prendre la parole sur les médias sociaux à titre professionnel ou à réagir à des sujets d'actualités en tant qu'expert. Il invite à une utilisation réfléchie et responsable à travers le rappel de consignes de la CNIL et autres règles professionnelles.

Inscrit dans un dispositif plus global de développement de l'usage des médias sociaux par l'établissement, la diffusion de ce guide est associée à des actions de sensibilisation et formation qui se déploient depuis mi-2016. Un premier cercle de personnes amenées, de par leur fonction à interagir sur les médias sociaux ont ainsi été formées et une montée en charge du dispositif programmée.

Bonne lecture du guide

Jocelyne Chatron
Directrice de communication



QUELQUES BASES



C'EST QUOI LES MÉDIAS SOCIAUX ?

« Les médias sociaux se distinguent des médias traditionnels en ce qu'ils supportent ou créent des réseaux sociaux directement via les technologies de l'information et de la communication. Les médias sociaux (qui incluent les plus connus tels que Facebook et Twitter) constituent un groupe de technologies divers et évolutif qui crée des espaces communautaires en ligne où des groupes de gens peuvent interagir, discuter, se coordonner, et co-produire. »¹



1 - Etat des lieux de l'innovation en santé numérique, Fondation de l'Avenir/Fédération nationale de la Mutualité Française, mars 2015

Les médias sociaux sont des outils qui ont leurs avantages et leurs risques. Apprendre à les utiliser permet de saisir les opportunités offertes par ces nouveaux outils en limitant leurs inconvénients.

10 conseils de la CNIL pour rester Net sur le Web

1 Réfléchis avant de publier !

Sur internet, tout le monde peut voir ce que tu mets en ligne : infos, photos, opinions.



2 Respecte les autres !

Tu es responsable de ce que tu publies en ligne alors modère tes propos sur les réseaux sociaux, forums... Ne fais pas aux autres ce que tu n'aimerais pas que l'on te fasse.



3 Ne dis pas tout !

Donne le minimum d'informations personnelles sur internet. Ne communique ni tes opinions politiques, ni ta religion, ni ton numéro de téléphone...

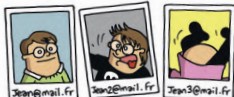
4 Sécurise tes comptes !

Paramètre toujours tes profils sur les réseaux sociaux afin de rester maître des informations que tu souhaites partager.



5 Crée-toi plusieurs adresses e-mail !

Tu peux utiliser une boîte e-mail pour tes amis et une autre boîte e-mail pour les jeux et les réseaux sociaux.



6 Attention aux photos et aux vidéos !

Ne publie pas de photos gênantes de tes amis ou de toi-même car leur diffusion est incontrôlable.

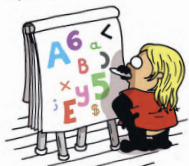
7 Utilise un pseudonyme !

Seuls tes amis et ta famille sauront qu'il s'agit de toi.



8 Attention aux mots de passe !

Ne les communique à personne et choisis-les un peu compliqués : ni ta date ni ton surnom !



9 Fais le ménage dans tes historiques !

Efface régulièrement tes historiques de navigation et pense à utiliser la navigation privée si tu utilises un ordinateur qui n'est pas le tien.

10 Vérifie tes traces !

Tape régulièrement ton nom dans un moteur de recherche pour découvrir quelles informations te concernant circulent sur internet.



CNIL
Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés

Retrouvez d'autres conseils et astuces sur www.cnil.fr et sur www.educnum.fr ! #EduNum

JE CONNAIS LES COMPTES DE L'EPS VILLE-EVRARD



TWITTER

Le compte de l'établissement [@EPStvilleEvrard](#) s'adresse plutôt aux journalistes, professionnels et leaders d'opinions, il est utilisé pour :

- > **Partager des articles** sur l'EPS Ville-Evrard
- > **Partager les publications** des professionnels de l'EPS Ville-Evrard
- > **Live-tweeter les événements** de l'EPS Ville-Evrard et où les professionnels de l'EPS Ville-Evrard sont présents
- > **Relayer les actualités** professionnelles et grand public de l'EPS Ville-Evrard (culture, colloques, ateliers...)



Quelques comptes Twitter à suivre autour de la santé mentale :

- Le Psycom [@Psycom_actu](#) pour avoir les dernières actualités françaises et internationales sur la santé mentale.
- Les semaines d'informations sur la santé mentale [@Sism_officiel](#) pour les dernières informations sur les SISM et autour de la thématique annuelle.
- Omnipsy : [@Omnipsy](#) pour avoir les dernières actualités québécoises sur la santé mentale.
- Le PsyLab : [@LePsyLab](#) c'est une équipe de psychiatre faisant des vidéos autour de concepts-clés en psychiatrie en utilisant les codes de la culture actuelle.

LINKEDIN

La page LinkedIn de l'établissement est principalement dédiée au recrutement et à l'actualité RH de l'établissement.

Pensez à bien préciser « **EPS Ville Evrard** » comme employeur sur votre profil.

PROJET FACEBOOK

La page de l'établissement [@EPStvilleEvrard](#) s'adressera plutôt au grand public, aux publics internes, pour :

- > **Relayer l'actualité** professionnelles et grand public de l'EPS Ville-Evrard (culture, colloques, ateliers,...)
- > **Partager les actualités des partenaires** (associations, GEM, villes, institutions,...)
- > **Partager des articles** grand public sur la santé mentale

Quelques pages Facebook à suivre dans l'environnement de l'EPS Ville-Evrard :

- Association sportive de Ville-Evrard
- Association Unafam 93
- Association Corpus fabrique
- Unité de recherche clinique de Ville-Evrard

QUELLE EST MA PLACE DANS TOUT ÇA ?



Les médias sociaux ont changé la façon dont nous travaillons, dont nous communiquons tant à titre personnel qu'à titre professionnel, offrant de nouvelles possibilités d'accès aux autres et à la connaissance.



QUELLE FRONTIÈRE ENTRE VOS PROFILS PERSONNEL ET PROFESSIONNEL ?

Il n'y a plus de frontière entre la vie personnelle et la vie professionnelle. La parole prise sur les réseaux sociaux étant potentiellement publique ou accessible à des personnes du cercle professionnel.

« Les réseaux sociaux se moquent des frontières traditionnelles entre vie personnelle et vie professionnelle. Autrefois, un grand responsable de telle ou telle institution n'était connu et reconnu qu'à travers son activité professionnelle, son propre engagement, ses autres expertises n'avaient pas leur place ; aujourd'hui, ce n'est plus le cas. » Clara de Bort, Directrice d'hôpital, chef du pôle de réserve sanitaire à l'EPRUS.

DOUBLE VIGILANCE : EN TANT QUE FONCTIONNAIRE ET EN TANT QUE SOIGNANT

Les fonctionnaires, qu'ils soient titulaires ou non, sont aussi soumis sur internet et sur les médias sociaux au devoir de réserve et à l'obligation du secret professionnel (vis-à-vis de l'institution). Il s'agit donc de toujours veiller à ce que les contenus que vous publiez respectent ces obligations. En tant que soignant, vous êtes aussi soumis au secret professionnel (vis-à-vis du patient) sur internet et sur les médias sociaux. Il s'agit donc de toujours veiller à anonymiser vos contenus.

JE CONSTATE DES ABUS POUVANT PORTER PRÉJUDICE À UN PATIENT, UN PROFESSIONNEL OU À L'ÉTABLISSEMENT

Je ne réagis pas directement sur le média concerné et je signale les faits à la direction de la communication, avec une copie d'écran à communication@epsve.fr

JE PARLE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX À TITRE PERSONNEL



PARTAGER DES CONTENUS SUR MON TRAVAIL

Lorsque je partage des contenus de mon lieu de travail sur les médias sociaux (photos, vidéos, documents), je dois m'assurer que ces contenus respectent mes obligations (devoir de réserve, secret professionnel). Lorsque c'est possible vous pouvez anonymiser vos contenus, si non, abstenez-vous de poster !

PARLER DE SON TRAVAIL DE FAÇON NÉGATIVE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX À TITRE PERSONNEL PEUT AVOIR DES CONSÉQUENCES PROFESSIONNELLES.

« L'utilisation des réseaux sociaux afin de dénoncer ses conditions de travail ou critiquer la politique de l'entreprise pose le problème de la liberté d'expression et sa limitation en fonction d'un éventuel préjudice subi par l'employeur. Le salarié est en effet tenu à une obligation de loyauté envers son employeur. Par exemple, les insultes proférées sur les réseaux sociaux relèvent de l'abus de la liberté d'expression dès lors qu'elles sont accessibles à tous. Sur le plan civil, selon la Cour de cassation, ne constituent pas des injures publiques celles diffusées sur un compte de réseau social accessible aux seules personnes agréées, en nombre très restreint, par l'auteur des propos injurieux, et qui forment entre elles une communauté d'intérêts (Cass. Soc. 10 avril 2013, n°11-19530). Toutefois, cela n'implique pas nécessairement que du point de vue du droit de travail, aucune mesure disciplinaire ne puisse être prise par l'employeur s'il démontre un préjudice pour son entreprise. »²



Pensez à tout !

Anonymiser vos contenus, ce n'est pas uniquement retirer les noms ou les visages, c'est aussi veiller à ce qu'aucune information ne puisse permettre d'identifier un lieu ou une personne ! Respectez vos patients et les données les concernant. Respectez vos collègues et l'établissement.

²<http://www.juritravail.com/Actualite/internet-travail/ld/117611>

COMMENT ÊTRE PRÉSENT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX SANS ÊTRE VISIBLE ?

Sur le web, le respect de la vie privée est parfois mis à mal par les réseaux sociaux, **une bonne configuration des paramètres de confidentialité** et l'application de règles simples avant tout post permet d'éviter toute mauvaise surprise.



Sur Twitter, il est possible de « Protéger ses tweets ».

Lorsque vous protégez vos Tweets :

- > Vos Tweets protégés ne pourront être trouvés sur Twitter que par vous et vos abonnés.
- > Les Tweets protégés n'apparaissent pas dans les moteurs de recherche tiers (comme Google ou Bing).
- > Vous recevez une demande à approuver quand de nouvelles personnes souhaitent vous suivre.
- > Vos Tweets, ainsi que les liens permanents vers ceux-ci, ne seront visibles que pour vos abonnés.
- > Vos abonnés ne pourront pas utiliser le bouton Retweeter pour retweeter ou citer vos Tweets.
- > Les réponses envoyées à un compte qui ne vous suit pas ne seront pas visibles par ce compte (puisqu'ils seuls vos abonnés voient vos Tweets).³

Sur Facebook, il est possible de régler les paramètres de confidentialité

pour limiter drastiquement la portée de vos publications et les moyens de trouver votre compte. Mais les règles changent souvent et des contenus autrefois bloqués peuvent réapparaître suite à des modifications opérées par Facebook. Il est donc important de vérifier régulièrement les paramètres de confidentialités de vos anciennes publications.

3 conseils pour maintenir une bonne image sur internet

Pour cela, il vous faut maîtriser son identité numérique (les traces que l'on laisse) en filtrant les informations que l'on partage. Il est également important de surveiller sa réputation numérique (les traces que les autres laissent sur nous) en cherchant son nom sur Google. Le droit à l'oubli permet à un individu de demander le retrait de certaines informations qui pourraient lui nuire sur des actions qu'il a faites dans le passé.

1. Faites régulièrement une recherche sur vous sur les principaux moteurs de recherche et supprimer (ou demander la suppression) les contenus nuisant à l'image que vous souhaitez donner qui apparaissent dans les résultats. 31% des 18-34 ans en France ne sont pas conscients des résultats d'une recherche portant sur leurs noms.

2. Faites disparaître les contenus pouvant vous nuire ou porter préjudice à votre employeur, écoles, futur employeur. Consultez l'historique de vos publications/commentaires (statut, photo, partage, ...) sur les différents réseaux sociaux afin d'effacer les éléments publiquement visibles qui ne correspondent pas à l'image que vous souhaitez donner (atteinte au droit à l'image, publication de nature sexuelle, références à la drogue ou l'alcool, blagues racistes ou sexistes, etc.).

3. Cultivez votre image professionnelle sur les réseaux sociaux. Mettez à jour vos profils Viadeo et LinkedIn afin qu'ils apparaissent en premier dans les résultats de recherche.



³<https://support.twitter.com/articles/115718?lang=fr>

JE PARLE SUR LES MÉDIAS SOCIAUX À TITRE PROFESSIONNEL



QUELS IMPACTS SUR LES PRATIQUES DE SOINS ?

Deux tiers des professionnels de santé se connectent tous les jours à internet via leurs différents outils, pour des motifs médicaux (se renseigner sur une pathologie, sur des médicaments...), administratifs, d'information et de formation (IPSOS/CESSIM, 2014).

Le partage de l'information grand public a conduit à l'émergence de la médecine participative ou médecine 2.0 qui renvoie à un ensemble de pratiques de partage d'information et d'expériences, entre professionnels, patients via les technologies de l'information et de la communication, et en s'appuyant sur les médias sociaux existants (blogs, réseaux sociaux, sites communautaires, pages Facebook etc.).



Les buts de ces partages d'expériences sont :

- > L'évaluation de la qualité de soins cliniques
- > L'aide aux situations d'urgence
- > La promotion de la santé
- > La gestion de la maladie et le soutien entre pairs
- > La récupération de données épidémiologiques

A signaler le Site managersante.com

(Management en Milieu de Santé, MMS)

Espace de partage d'articles d'auteurs-experts pour les médecins, dirigeants et managers de la santé, créé par Jean-Luc STANISLAS, cadre supérieur de santé de l'EPSVE, en 2016 (abonnement gratuit)

Site : www.managersante.com

Twitter : @managersante

Quelques blogs autour de la santé mentale

The Autist

Magali Pignard

L'Avventura BD

blog scientifique

Fiamma Luzzati

Dans vos têtes

Jérôme Lichtlé

psychologue

Comme des fous Petits comprimés de folie (collectif)

**Confidences de psy
ou le quotidien d'un
jeune psychiatre**
(anonyme)

BlogSchizo de Lana

**Il était une fois,
en psychiatrie**

*Journal d'un infirmier
en psychiatrie (ano-
nyme)*

Pour mentionner l'établissement sur votre compte Facebook ou sur votre compte Twitter



Sur Twitter, tapez : **@EPSVilleEvrard** pour citer l'établissement.

Si vous utilisez les hashtags, veillez à utiliser « #EPSVilleEvrard », qui est le hashtag officiel de l'établissement.



Sur Facebook, tapez : **@EPSVilleEvrard** dans votre statut.

Facebook vous proposera immédiatement la bonne page dans un menu déroulant.

Attention ! Vous pouvez citer l'établissement sur vos comptes, mais vous n'êtes pour autant pas le porte-parole de l'établissement. Veillez toujours à ce que vos différentes publications n'engagent pas la parole ou l'image de l'établissement.

UTILISER OU NON UN PSEUDONYME

A partir du moment où vous êtes identifiés comme un professionnel de santé, que vous utilisiez un pseudonyme ou non, vous devez respecter les règles déontologiques de votre profession.

Pour les médecins conformément à l'article L. 4163-5, s'il est interdit d'exercer la médecine sous un pseudonyme, un médecin peut se servir d'un pseudonyme pour des activités se rattachant à sa profession en le déclarant au conseil départemental de l'Ordre. Toutefois, le Conseil national de l'Ordre des médecins conseille à ses membres publiant sur des réseaux sociaux « d'assumer leur identité, ce qui renforce leur prise de parole dans le champ professionnel »⁴. Pour de nombreux médecins bloggeurs, l'utilisation d'un pseudonyme est considérée nécessaire pour préserver le secret médical et la liberté d'expression.

Pour les infirmiers le nouveau code de déontologie de la profession semble exclure totalement l'utilisation d'un pseudonyme en ligne. « Art. R. 4312-50.-Il est interdit d'exercer la profession d'infirmier sous un pseudonyme. Un infirmier qui se sert d'un pseudonyme pour des activités se rattachant à sa profession est tenu d'en faire la déclaration au conseil départemental de l'ordre. Il est interdit, pour un professionnel agissant à titre privé sous couvert d'un pseudonyme, et quel que soit le moyen de communication utilisé, d'arguer de sa qualité de professionnel sans dévoiler son identité.»⁵

Les cadres supérieurs de la santé et les directeurs d'hôpitaux sont eux aussi très présents sur les réseaux sociaux, et notamment twitter. Ils ont moins souvent recours à des pseudonymes, leur compte étant généralement attachés à leurs fonctions de représentation de l'établissement.

QUEL LIEN AVEC L'ÉTABLISSEMENT ?

Mentionnez clairement sur votre profil que vos messages n'engagent que vous et pas l'établissement dans lequel vous exercez. **Attention ! Ce type de mention a une valeur morale mais aucune valeur juridique.**

DISTINGUER PUBLICITÉ ET INFORMATION

La publicité abusive ou la promotion de votre pratique de la médecine sont interdites (article R.4127-19 du code de la santé publique). « *Il est bon de rappeler que le problème ne se pose que pour les informations diffusées par un médecin sur sa pratique ou les conditions d'exercice de son propre métier, ou le mettant en évidence, et non tout ce qui concerne les informations de santé publique à caractère général portant sur les pathologies, leur prévention, leur traitement.*»⁶

Les acronymes et hashtags utiles sur Twitter

#RT Retweet

A placer au début du tweet que vous souhaitez partager sur votre flux : il indique que vous n'êtes pas l'auteur du message original. Il est primordial de citer l'initiateur original du tweet (@pseudo de l'initiateur).

#TL Tweet-list ou Timeline

Il s'agit de l'intégralité des messages des personnes que vous suivez. Certains l'appellent aussi le flux, tout simplement.

#LT Last tweet

Il permet de faire référence au tweet précédent pour indiquer qu'il s'agit d'une suite.

#DocTocToc

Permet de questionner les médecins présents sur twitter à propos de cas cliniques rencontrés lors de consultations (dans le respect du secret médical), existe en version #Psy-TocToc.

⁴ Gicquel (J.-P.), et alii, Déontologie médicale sur le web - Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins, décembre 2011, 48 p.

⁵ Décret n° 2016-1605 du 25 novembre 2016 portant code de déontologie des infirmiers

⁶ Note sur la jurisprudence du Conseil d'État et de la Chambre disciplinaire nationale de l'Ordre des médecins « Relative à la réglementation applicable aux médecins en matière d'interdiction de la publicité et d'indications que les médecins peuvent mentionner sur différents supports. »

DICTIONNAIRE DES MÉDIAS SOCIAUX



Agrégateur

Service ou logiciel qui permet de rassembler plusieurs flux d'information sous une même interface. On l'utilise pour être tenu au courant des dernières mises à jours d'un site Web ou des dernières actualités publiées.

@ / arobase

D'abord utilisé dans les adresses de courrier électronique, le "at" fait désormais partie du langage de base de Twitter. Il sert à désigner et à mentionner le compte d'un utilisateur (une personne ou une institution). Cette pratique s'est répandue sur la plupart des réseaux sociaux pour interpellier quelqu'un.

Abonné / followers

Sur les réseaux sociaux comme Twitter ou Instagram, les personnes qui sont abonnées à votre fil d'actualité, qui suivent vos publications.

Abonnement / following

Sur les réseaux comme Twitter ou Instagram, les comptes qu'un utilisateur suit, auxquels il est abonné.

Se désabonner / unfollower

Cesser de suivre un compte sur les réseaux sociaux.

Buzz

Terme anglais signifiant bourdonnement. Il s'agit du bruit généré autour d'un événement, d'un produit, d'une personnalité ou d'une idée via la diffusion et la reproduction rapide de messages semblables sur les réseaux sociaux. Le buzz peut être généré via des techniques de marketing viral, dans ce contexte, on essaiera de créer du "good buzz". Il peut aussi être généré par des clients mécontents d'un service et qui se plaignent sur les réseaux sociaux. Dans ce contexte, il s'agit de "bad buzz".

Communauté (pour une marque)

Ensemble d'individus qui interagissent avec la marque, mais aussi qui parlent et échantonnent entre eux.

Community Manager

Personne en charge de l'interface entre la marque et la communauté, qui sélectionne et alimente les réseaux sociaux pertinents pour une marque en fonction de ses objectifs.



Fail

En français "ratage" ou "action manquée". Le fait sur les réseaux sociaux d'effectuer une manipulation erronée, comme de publier un message qui devait rester privé.

Fil d'actualité

Page qui rassemble l'ensemble des activités des personnes auxquelles un utilisateur est abonné sur les réseaux sociaux. Chaque réseau fonctionne avec un fil d'actualité pour voir ce que font les autres et un profil/journal qui permet de rassembler ses propres informations et activités.

Fake

« faux », « truqué », « usurpé » en anglais. Désigne généralement un faux compte sur les réseaux sociaux, qui cherchera à faire passer une information erronée ou une photo truquée.

Geek

Fan d'informatique, de science-fiction, de jeux vidéo, etc. Toujours à l'affût des nouveautés et des améliorations à apporter aux technologies numériques (définition par le dictionnaire Larousse).

Hashtag (ou mot dièse)

Mot-clé précédé d'un dièse (ou crochillon) qui permet d'attribuer un thème précis à une conversation sur les réseaux sociaux. Tout d'abord popularisé par Twitter, il fait désormais partie de la syntaxe commune à tous les réseaux sociaux. Ces hashtags sont cliquables et permettent aux internautes de retrouver facilement tous les tweets ou tous les messages qui traitent d'un même sujet, par exemple #Mooc

Hoax

Terme anglais, synonyme de canular. Désigne généralement une information montée de toute pièce pour générer du buzz et tromper les médias qui reprendraient le sujet sans vérifier avant publication.

⁷ Définitions issues du MOOC « Communiquer en informant sur les réseaux sociaux » proposé par Rue 89

Like (J'aime)

Fonctionnalité de Facebook qui permet de signaler son intérêt pour le contenu publié par d'autres utilisateurs. Les boutons Like ont été exportés en 2010 sur les sites Web éditoriaux pour que les utilisateurs de Facebook puissent plus facilement signaler ce type de contenu à leur communauté.

Médias sociaux

Les médias sociaux englobent toutes les formes de sites Web qui permettent aux utilisateurs d'interagir avec les contenus qu'ils consultent et de les enrichir : blogs, sites de partage, réseaux sociaux, avis de consommateurs, etc.

Page Facebook

Page officielle de présentation d'une entreprise, d'une collectivité ou d'une personnalité, à distinguer du profil personnel. Les pages disposent de fonctionnalités spécifiques : pas de demandes d'amis, mais des Like, statistiques précises sur la diffusion et la portée des messages diffusés via cette page. Plate-forme quasi incontournable pour la communication officielle ou les campagnes marketing menées sur les réseaux sociaux.

Personal branding

Le fait de gérer l'identité d'un particulier sur le Web avec les mêmes règles marketing et de communication que celles appliquées pour une marque. Ce qui implique de créer une véritable identité professionnelle, de maîtriser le concept de e-réputation et d'optimiser sa pré-

sence et sa visibilité sur les réseaux sociaux, les blogs ou les commentaires.

Plug-in

Module que l'on installe dans son navigateur pour ajouter de nouvelles fonctionnalités.

Prescripteur / influenceur

Personne qui dispose de suffisamment de notoriété et de crédibilité sur les réseaux sociaux pour être énormément repris et avoir de l'influence sur ses abonnés. Est en mesure de recommander ou de décrédibiliser un service, un produit ou une marque.

Profil

Profil personnel d'un utilisateur sur les réseaux sociaux, qui rassemble l'ensemble de ses activités, de ses statuts, photos ou vidéos et informations personnelles. À distinguer d'une page officielle.

Référencement

Ensemble de techniques qui permettent de mieux faire ressortir les pages d'un site Web dans les moteurs de recherche, en particulier Google. Le référencement peut être naturel, c'est à dire qu'il s'appuie sur l'optimisation du code html interne au site et à une stratégie éditoriale adaptée. Ou payant, via l'achat de mots clés qui feront alors remonter des liens publicitaires.

Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux sont des sites Web dont le contenu est construit par des

utilisateurs qui mettent en commun leur réseau de la vie réelle, qu'il soit professionnel ou privé.

Selfie

Déclinaison du terme anglais "self" (soi). Autoportrait réalisé à bras portant à partir d'un téléphone mobile ou d'un appareil photo numérique, puis publié sur les réseaux sociaux. Pratique devenue extrêmement populaire sur les réseaux sociaux dédiés à la photo. Le terme est élu mot de l'année 2013 par les dictionnaires d'Oxford.

Tag

Mot-clé qui permet de caractériser le thème d'un article, d'une photo ou d'une vidéo et de classer les contenus avec ce mot clé sur une même page.

Trending topic

Littéralement, les sujets qui font tendance. Mots clés ou sujets qui sont le plus discutés et partagés sur Twitter, et qui figurent dans la colonne de gauche dans son interface Web.

Tweet (gazouillement)

Message de 140 signes sur Twitter, qui peut contenir des liens, des hashtags, des photos, des vidéos...

Tweet clash

Dispute publique et en direct entre deux utilisateurs de Twitter.

Twittos / Twitto

Utilisateurs de Twitter.

Pour se former en ligne

• Cours

Gérer son identité numérique d'OpenClassroom

• Tutoriels de la CNIL

Maîtriser mes données

• MOOC

Informer et Communiquer sur les Réseaux Sociaux / Rue89

Pour aller plus loin

• Guide du bon usage des médias sociaux

Ministère de la Défense, 2012. / Beaudin-Lecours, A., Delisle, I., Desrochers, M.-J., Germain, G., Giroux, P., Lachapelle-Bégin, L., Martel, C. et J.-L. Trussart.

• Guide de l'utilisation pédagogique des médias sociaux, 2012 / Gicquel (J.-P.)

• Déontologie médicale sur le web - Le Livre Blanc du Conseil national de l'Ordre des médecins / ali

NOTES

NOTES



Instituts de formation
Ville-Evrard Neuilly-sur-Marne

1 Promotion
 2 Promotion 1ère
 3 Promotion 2ème
 4 Promotion 3ème
 5 Mandat

L'institut de formation en soins infirmiers

L'Institut de formation de Ville-Evrard propose depuis avril 2015 des études au 1^{er} et 2^{ème} cycle d'infirmiers. Le 1^{er} cycle est un diplôme de 3 ans. Le 2^{ème} cycle est un diplôme de 2 ans. Les diplômés du 1^{er} cycle peuvent poursuivre leurs études au 2^{ème} cycle.

L'institut de formation des cadres de santé

Le 1^{er} cycle est un diplôme de 3 ans. Le 2^{ème} cycle est un diplôme de 2 ans. Les diplômés du 1^{er} cycle peuvent poursuivre leurs études au 2^{ème} cycle.

établissement de Ville-Evrard

Un établissement public spécialisé en santé mentale

Ville-Evrard public de santé mentale

4 jobs pour mieux avancer

Formation action santé mentale

Inauguration d'un 1^{er} cycle pour jeunes adultes

L'e-magazine de l'établissement de Ville-Evrard

le CMP-GATP Pantin

le CMP-GATP Pantin

Reportage 412

Reportage 413

Reportage 414

Reportage 415

Reportage 416

Reportage 417

Reportage 418

Reportage 419

Reportage 420

EPS Ville-Evrard

Merci aux personnels hospitaliers d'@BeinElisabeth maire adjointe déléguée à la santé @VilleSaintDenis #voeux2017 @EPSVilleEvrard

08:00 - 14 janv. 2017

Reportage à @EPSVilleEvrard @BeinElisabeth @VilleSaintDenis

EPS Ville-Evrard
 202, avenue Jean Jaurès
 93330 Neuilly-sur-Marne
 Standard : 01 43 09 30 30
 www.eps-ville-evrard.fr