

Charte d'utilisation des réseaux sociaux

Préambule

La présente charte a pour but de définir les règles d'utilisation et les bonnes pratiques sur les réseaux sociaux de l'Université Jean Monnet (UJM) à ses utilisateurs.

L'Université Jean Monnet est présente sur les réseaux sociaux depuis 2011. Ces outils de communication, gérés par la Direction de la Communication, sont utilisés pour informer et interagir avec la communauté de l'UJM ainsi qu'accroître la visibilité de l'UJM.

Présentation des réseaux sociaux existants

- **Facebook**

La page Facebook de l'Université Jean Monnet est un espace ouvert à toutes et tous.

La page Facebook de l'Université Jean Monnet est un lieu de diffusion et d'échange d'informations concernant les domaines suivants relatifs à la vie étudiante :

- Culture
- Sport
- Orientation, insertion professionnelle
- Prévention
- Documentation
- Echanges internationaux
- Aides sociales
- Jobs étudiants

Vous pouvez réagir en aimant les publications, en postant des commentaires et en partageant les informations que nous publions.

Les commentaires peuvent-être lus par l'ensemble de la communauté.

- **Twitter**

Les tweets mis en ligne sur le compte Twitter de l'Université Jean Monnet concernent :

- La vie de l'université
- Les évènements de l'université
- La recherche
- La vie des campus et la vie étudiante
- La formation
- L'orientation et l'emploi

Des évènements peuvent être « tweetés » si ceux-ci sont organisés par la communauté universitaire et pour la communauté universitaire.

« Retweet » : « Retweeter » un message signifie reprendre l'information de quelqu'un pour la diffuser à nos abonnés sur Twitter. La Direction de la Communication peut « retweeter » des informations de ses partenaires et d'autres sources d'informations, si celles-ci sont identifiées comme étant des sources connues ou institutionnelles et qui concernent le type d'informations énoncé ci-dessus.

Suivi d'un autre compte Twitter : La Direction de la Communication est abonnée à d'autres comptes (universités, médias...). Les personnels et étudiants de l'université peuvent proposer le suivi d'autres comptes. La Direction de la Communication se réserve le droit d'interrompre à tout moment le suivi de certains comptes.

- **You Tube**

Des vidéos pour valoriser les activités de l'Université Jean Monnet sont diffusées sur sa chaîne You Tube. Les vidéos sont classées dans des playlists thématiques. Par exemple, le sport, la culture, les facultés...

Les vidéos peuvent être commentées et il est possible de s'abonner à la chaîne.

- **Instagram**

Le compte Instagram de l'Université Jean Monnet est un espace ouvert à tous.

Les photographies postées ou repostées par la Direction de la Communication ont pour thème la vie des campus.

Les photographies peuvent être commentées, repostées et il est possible de s'abonner au compte.

- **Linkedin**

La page éducation sert à promouvoir l'université. Des actualités au sujet de la formation et de la recherche sont mises en ligne.

Elle vise également à développer une communauté avec les anciens étudiants, étudiants actuels, parents, étudiants potentiels, entreprises...

La page entreprise sert à promouvoir l'université en tant qu'employeur. Elle permet de partager des offres d'emploi et de construire une communauté avec les personnels de l'université.

Ne seront pas tolérés et supprimés les contenus :

- À caractère discriminatoire, diffamatoire, raciste, homophobe, agressif, provocant, injurieux, politique ou contraire à l'ordre public, aux bonnes mœurs ou à la législation en vigueur notamment en matière de droit à l'image et de droit d'auteur
- Publicitaires et promotionnels, spams ou liens vers des pages n'étant pas en lien avec la vie étudiante à l'Université Jean Monnet
- Ne respectant pas l'Université Jean Monnet et ses membres (enseignants-chercheurs, personnels administratifs et étudiants)