

Communication

Objectifs inscrits dans le projet 2009-2012

- Mieux faire connaître l'UPMC en France et à l'international et développer son attractivité ;
- Développer le sentiment d'appartenance des étudiants et du personnel de l'université.

Actions conduites et résultats

- Développement des relations avec les médias : création d'un espace presse sur le site web, co-rédaction de communiqués de presse avec les organismes de recherche partenaires (CNRS, Inserm, CEA).
- Constitution d'un réseau interne de correspondants (laboratoires, composantes, départements, services) afin de s'assurer de la concordance entre les informations communiquées par elle à l'extérieur et celles affichées par d'autres services.
- Création d'une newsletter à destination des personnels afin de les informer des faits marquants relatifs à la vie de l'UPMC. Elle est conçue de manière à mettre en valeur les contenus rédactionnels publiés sur les sites internet et intranet de l'UPMC.
- Création d'une charte graphique et formalisation de celle-ci dans une brochure largement distribuée en interne afin que la présentation des supports écrits de notre université soit harmonisée et facilement identifiable. Une gamme de documents de promotion des formations a été créée à la demande des départements et de la vice-présidence formation-insertion.
- Développement et amélioration des contenus rédactionnels des sites web ; une nouvelle identité visuelle a été définie pour que l'ensemble des sites des entités UPMC puisse être en cohérence graphique avec le site institutionnel. Accessibilité du site web institutionnel en deux langues, français et anglais. Création d'un site web traitant des questions d'insertion professionnelle (UPMC PRO) pour mettre en valeur les carrières des diplômés, diffuser des offres de stage et d'emploi, et permettre aux étudiants d'entrer en relation avec des diplômés et des recruteurs.
- Proposition de supports de communication (brochures pour les départements de formation par exemple) ou d'aide pour organiser divers événements et toucher différents publics (étudiants, diplômés, institutions, entreprises, etc.).

Indicateurs

	2008	2010	Evolution
Consultation du site www.upmc.fr par mois (en million)	0,375	1,44	+284%
Retombées présence dans les médias (articles papier & internet, TV, radios,)	2197	4010	+82,5%
Nombre de documents édités par an	154	292	+89%

(Source : Direction de la communication)