

Journée « Portes Ouvertes »

1. Plan Planifier

Pourquoi organiser des portes ouvertes (attractivité, recrutement ...)?

Pour qui? (élèves, familles, chefs d'établissements et équipes éducatives (collèges, CFA ...), professionnels, élèves de l'établissement, corps d'inspection, médias et partenaires locaux.

Participe-t-elle à la construction du parcours Avenir de l'élève?

- ambition scolaire,
- insertion professionnelle,
- susciter, confirmer des vocations,
- travailler sur les représentations pour une orientation choisie ...

Comment valoriser les filières et l'image de l'établissement?

2. Do Mettre en œuvre

Organisation générale

Quelles sont les instances réunies afin de préparer cette action? (conseil pédagogique, CVL, CA ...) Sur quel échéancier?

Comment est mobilisé l'ensemble des acteurs (Enseignants, élèves, direction, agents, personnels administratifs, professionnels, parents délégués ...)?

Quelles actions de sensibilisation sont-elles conduites avec les établissements d'origine et du secteur?

Organisation logistique

Quelles sont les modalités d'accueil ainsi que les présentations envisagées? Comment sont définies les modalités d'accueil?

Comment adapter les temps d'accueil au contexte de l'établissement (matin et soirée, demi-journée, journée continue, sur deux jours, organisation concertée en bassin ...)?

Quel message l'établissement veut-il transmettre aux différents types de visiteurs (présentation du projet d'établissement, actions innovantes ...)?

Communication

Quelles sont les stratégies de communication de l'événement?

Evaluation de l'événement

Quelles modalités d'évaluation sont envisagées (enquête de satisfaction, retours d'expérience ...)?

Quels outils sont mis en œuvre afin de mesurer l'impact et les effets de l'événement?

3. Check Evaluer

Proposition de d'indicateurs de suivi

- Nombre de personnes impliquées dans la préparation de l'événement,
- Nombre de réunions préparatoires, d'actions entreprises,
- Nombre d'établissements partenaires participants,
- Enquête de satisfaction,
- Nature et nombre de visiteurs,
- Taux de fréquentation des stands (MDL, UNSS, Internat...)
- Nature et types de messages selon les publics accueillis,
- Impact des canaux de diffusion sur la fréquentation de l'événement (« comment nous avez-vous connu »)?
- Outils d'auto-évaluation de chacune des filières présentées,
- Evolution du taux de pression,
- Adéquation des indicateurs avec le contexte de l'établissement,
- Enquête de satisfaction.



4. Act

Agir

Points forts

Points faibles

DIAGNOSTIC PARTAGÉ

Objectifs

Actions