



Ligne de conduite	ADM 4.2
Domaine : Administration	En vigueur le : 27 mars 2007 (SP-07-18) Révisée le :

L'usage exclusif du masculin n'a pour but que d'alléger le texte.

PUBLICITÉ

PRÉAMBULE

La présente ligne de conduite a comme raison d'être d'informer et d'éduquer le public et de le sensibiliser aux programmes, services, enjeux, événements et activités communautaires dans le secteur de l'éducation pouvant particulièrement intéresser les élèves et leurs familles ou leur bénéficiaire.

MODALITÉS D'APPLICATION

1. Le choix de fournisseurs parmi les médias de publicité sera assujéti aux lignes de conduite normales d'approvisionnement du Conseil.
2. Avant d'entreprendre une campagne de publicité, le directeur de l'éducation devra établir l'objectif visé par la campagne. Ceci comprend une identification de la clientèle visée, de l'information à communiquer et du résultat escompté de la publicité.
3. Suite à la campagne publicitaire, une évaluation de l'atteinte des objectifs visés sera complétée.
4. Au moins à tous les trois ans, le Conseil effectuera une revue des différents médias de publicité disponibles au Conseil afin de déterminer lesquels sont plus efficaces.