



COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES COLLECTIVITÉS

SESSION 2018

FORMATION CONTINUE DIPLOME D'UNIVERSITE

Cette **formation diplômante** prépare les professionnels exerçant en entreprise ou en collectivité à la **conception d'une politique de communication** et à la **conduite de toute action de communication interne et externe**. Le programme pédagogique permet d'acquérir la méthodologie et les connaissances pratiques nécessaires à la **mise en œuvre d'une stratégie de communication cohérente**. Le diplôme **Communication des entreprises et des collectivités de l'Université Savoie Mont-Blanc** s'attache à solidifier le socle de compétences en **relations-publiques, culture médias, techniques d'expression, création graphique, stratégie web, community management et stratégie des organisations**.

OBJECTIFS

- Identifier les **enjeux de la communication** des organisations,
- Acquérir la méthodologie pour **établir un diagnostic, concevoir, piloter et évaluer des actions de communication**,
- Se repérer dans le **panorama des outils de communication**,
- Connaître les médias, **travailler avec les journalistes** et les nouveaux prescripteurs,
- **Maîtriser la chaîne graphique** et les fondamentaux de la mise en page professionnelle,
- **Intégrer les médias sociaux** dans sa stratégie de communication,
- Organiser son information sur un site Internet et **optimiser son référencement**,
- Développer sa capacité personnelle à **communiquer avec efficacité à l'écrit comme à l'oral**, y compris en situation de crise,
- **S'approprier les fondamentaux du droit de la communication** pour mettre en œuvre ses actions de communication dans le respect des réglementations en vigueur.

ATOUTS

- Formation longue sanctionnée par un diplôme d'université,
- Promotion plafonnée à 15 participants,
- Inscription au module possible,
- Remise d'un ouvrage professionnel spécialisé,
- Rythme de la formation aménagé afin de permettre la poursuite de l'activité professionnelle,
- Enseignement délivré par des professionnels de la communication confrontés aux réalités opérationnelles des entreprises et collectivités,
- Pédagogie active, alternant les apports théoriques et les mises en situation pratiques,
- Partenariats avec les agences de communication et les médias locaux,
- Complémentarité des profils au sein de la promotion et richesse des échanges,
- 1 module de pré-rentree + 1 tronc commun de 8 modules + 2 modules de spécialisation au choix, en fonction de votre problématique spécifique + 1 séminaire de restitution en fin d'année.

DISPOSITIF PÉDAGOGIQUE

Organisée de janvier à décembre, à raison de **2 journées par mois espacées de 2 semaines**, cette formation de **164 heures** (à 178 heures) comprend :

- 1 module de pré-rentree optionnel de 14 heures ;
- 1 tronc commun de 8 modules, soit 129 heures ;
- 2 modules de spécialisation au choix, soit 28 heures ;
- 1 séminaire de fin d'année de 7 heures.

La formation pourra être suivie sur 1 ou 2 années, afin de faciliter la poursuite de l'activité professionnelle.

PUBLICS

Cette formation se veut une action **d'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement des compétences**. Son objectif est d'offrir aux professionnels de la communication les moyens de maintenir ou de parfaire leur qualification et d'assumer des responsabilités accrues dans le cadre de leurs fonctions. Elle s'adresse :

- aux salariés ;
- aux agents de la fonction publique ;
- aux demandeurs d'emploi ;

DÉBOUCHÉS

Responsables communication exerçant en agences, auprès des institutions ou chez les annonceurs.

PROGRAMME

PRÉ-RENTRÉE

Process Communication (14h)

Comprendre sa structure de personnalité pour utiliser tous ses atouts et offrir le meilleur de soi ; mieux se gérer dans les inévitables périodes de stress ; accepter la personnalité des autres et s'y adapter pour un travail en équipe plus fluide.

TRONC COMMUN DE 8 MODULES

1 - Piloter une politique de communication à l'aide du Mind Mapping (14h)

Concevoir une stratégie de communication.
Déployer son plan de communication avec des cartes.

2 - Professionnaliser ses écrits (14h) / Certification Voltaire (3h)

Se réconcilier avec l'orthographe.
Écrire avec aisance et professionnalisme.

3 - Rédiger pour le web (14h)

Rédiger efficacement pour le web dans les contraintes du référencement naturel.
E-mailing et newsletter : créer une stratégie efficace.

4 - Maîtriser la chaîne graphique : de la conception à l'impression (28h)

S'approprier les fonctionnalités de Photoshop et d'Indesign.
Communiquer par l'image : symbolique, lisibilité, harmonie.

5 - Community management (14h)

Animer une communauté sur les réseaux sociaux.
E-réputation et nouveaux usages du web.

6 - Collaborer avec les médias (14h)

Réussir ses relations- presse à travers l'exemple du communiqué.
Mediatraining : préparer l'intervention d'un porte-parole.

7 - Réussir ses interventions orales (14h)

Argumenter pour convaincre.
S'exprimer avec assurance en toutes circonstances.

8 - Sécuriser sa stratégie de communication (14h)

Communiquer quand ça va mal : garder la maîtrise de son image dans un contexte sensible.
Droit de la communication : précaution et conformité.

ORGANISATION

Date limite d'inscription : 1 décembre 2017

Module pré-rentree optionnel : 14 et 15/12/2017

Module 1 : 09 et 23/01/2018

Module 2 : 06/02 et 01/03/2018

Module 3 : 13 et 27/03/2018

Module de spécialisation 1 : 05 et 24/04/2018

Module 4 : 03 ; 15 ; 24 et 31/05/2018

Module 5 : 12 et 26/06/2018

Certification Voltaire : 03/07/2018

Module 6 : 06 et 20/09/2018

Module 7 : 04 et 18/10/2018

Module 8 : 08 et 22/11/2018

Module de spécialisation 2 : 28/11 et 04/12/2018

Séminaire de fin d'année : 18/12/2018

Toute éventuelle modification du planning sera notifiée aux stagiaires 2 mois à l'avance.

Remise des diplômes : premier semestre 2019

Chaque journée de formation est organisée selon les amplitudes 9h - 12h / 13h - 17h

VALIDATION

L'attribution du diplôme est conditionnée par :

- Le suivi complet du cursus de formation, en 1 ou 2 ans ;
- L'obtention de la moyenne aux évaluations proposées en contrôle continu et lors du séminaire de fin d'année ;

Les évaluations porteront sur des travaux pratiques, en lien avec le contexte professionnel de l'apprenant.

+ 2 MODULES DE SPÉCIALISATION, AU CHOIX

EN AVRIL 2018

Stratégie et gestion de marque :
enjeux, fonctions, expression (14h)

OU

Communication des collectivités :
réussir son marketing territorial (14h)

EN NOVEMBRE ET DÉCEMBRE 2018

Les outils Google :
Adwords et Analytics (14h)

OU

Communication événementielle :
mettre en œuvre une manifestation (14h)

LIEU

Université Savoie Mont Blanc
IUT - 9 rue de l'Arc-en-Ciel - 74940 Annecy-le-Vieux

COÛT

Coût total du D.U. (178h) :
4272€ en financement conventionné / 2848€ en individuel
Détails pages suivantes.

FINANCEMENT

Plusieurs possibilités de financement pour les salariés et demandeurs d'emplois :

Plan de formation, Période de professionnalisation, Congé Individuel de Formation, Action individuelle de formation...

Nous consulter pour plus d'informations.

**TARIFS ET PRÉ-INSRIPTION
CLIQUEZ ICI**

Formation maintenue à partir de 8 participants.

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc

Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr



MODULE DE PRÉ-RENTRÉE

PROCESS COMMUNICATION : POUR ÊTRE EN PHASE (14H)

SE COMPRENDRE ET COMPRENDRE L'AUTRE (7H)

14/12/2017

- **LA PROCESS COM OU COMMENT ADAPTER SA COMMUNICATION AU PROFIL DE SES INTERLOCUTEURS**
Définition et applications de la Process Com ; les 6 types de personnalité, leurs manières de communiquer et leurs perceptions du monde ; le modèle de l'immeuble.
- **RECONNAÎTRE LES CARACTÉRISTIQUES DES SIX TYPES DE PERSONNALITÉ**
Reconnaître les signes, attitudes et comportements révélateurs du type de personnalité ; utiliser le style d'interaction préférentiel de nos interlocuteurs ; diagnostic de son propre profil de personnalité pour identifier ses points forts.

DÉVELOPPER UNE COMMUNICATION CONSTRUCTIVE (7H)

15/12/2017

- **ENTRER EN RELATION DE FAÇON POSITIVE**
Explorer les leviers de motivation des types de personnalité ; reconnaître les besoins positifs et négatifs de ses interlocuteurs ; communiquer en fonction du canal/perception/besoin de son interlocuteur.
- **ANTICIPER ET TRAITER LES SITUATIONS CONFLICTUELLES**
Comprendre l'impact du stress sur nos comportements ; identifier les manifestations de stress et pratiquer les stratégies d'interaction pour en sortir ; anticiper et répondre au déclenchement d'un mécanisme d'échec.
- **MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN D' ACTIONS INDIVIDUEL**
Développer une communication positive, prendre soin de soi, reconnaître ses fragilités dans un contexte de stress, agir sur un malentendu ou un conflit.

OBJECTIFS

Comprendre les personnalités, la sienne et celles des autres
 Piloter son quotidien en tenant compte des atouts de sa propre personnalité et des motivations d'autrui
 Connaître son mode d'interaction préféré

OBJECTIFS

Piloter son quotidien en tenant compte des atouts de sa propre personnalité et des motivations d'autrui
 Comprendre et gérer les difficultés relationnelles
 Gagner en fluidité et sérénité dans les relations de travail

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE
 Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
 Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF
 Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
 Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc
 Service Alternance & Formation Continue
 9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
 74942 Annecy-le-Vieux cedex
 Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr



MODULE 1

PILOTER UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION À L'AIDE DU MIND MAPPING (14H)

CONCEVOIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION (7H)

09/01/2018

→ LE DIAGNOSTIC DE COMMUNICATION

Se poser les bonnes questions avant d'agir.
Appréhender la situation existante.
Identifier les besoins.

→ LES INCONTOURNABLES DU PLAN DE COMMUNICATION

Définir objectifs, messages, cibles et moyens.
Allouer ses ressources.
Planifier dans le temps.

→ COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE

Connaître la diversité des moyens d'action.
Dresser le panorama des outils de communication externes et internes

DÉPLOYER SON PLAN DE COMMUNICATION AVEC DES CARTES (7H)

23/01/2018

→ LE MIND MAPPING AU SERVICE DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Connaître les fondamentaux du Mind Mapping : origines, applications, atouts.

Rédiger son plan de communication sous forme de carte mentale créative et logique.

Présenter son plan de communication à partir de schémas structurés et attrayants.

→ VÉRIFIER ET SUIVRE SES ACTIONS

Organiser la remontée des informations.

Évaluer les résultats obtenus et les confronter aux objectifs de départ.

Envisager des mesures correctives.

OBJECTIFS

Maîtriser les étapes d'un audit de communication

Organiser sa stratégie de communication autour d'objectifs précis à atteindre

Connaître l'ensemble des outils de communication dont l'entreprise dispose

OBJECTIFS

Recourir à une méthode intuitive et efficace pour définir et présenter sa stratégie de communication

Définir des indicateurs de performance

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc

Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr

MODULE 2

PROFESSIONNALISER SES ÉCRITS (14H) CERTIFICATION VOLTAIRE (3H)

SE RÉCONCILIER AVEC L'ORTHOGRAPHE (7H)

06/02/2018

→ LE NOM

Le piège des homophones
Employer ou employé ? Reconnaître nom et verbe.
Les mots en -cueil et -gueil et -ga.
Le pluriel des jours de la semaine.
Le bon usage des accents.

→ LE VERBE

L'accord avec un sujet simple ou complexe.
Les terminaisons verbales.
Reconnaître futur et conditionnel.
L'impératif.

→ LES ADVERBES ET ADJECTIFS

Bien orthographier les adverbes.
Tout le, Tous les, Toute contente, Tout émue.
Demi.
Tel, tel que, tel quel.
Le pluriel des couleurs et numéraux.

→ LES PARTICIPES-PASSÉS

Accord avec l'auxiliaire être.
Accord avec l'auxiliaire avoir.
Le cas des verbes pronominaux.

ÉCRIRE AVEC AISANCE

ET PROFESSIONNALISME (7H)

01/03/2018

→ S'EXPRIMER DANS UN FRANÇAIS CORRECT

Les expressions à bannir.
Maîtriser les formules professionnelles.
Éviter les pléonasmes.

→ SOIGNER SES CONSTRUCTIONS

Être attentif à la syntaxe.
Comprendre les règles de la ponctuation.
Se relire efficacement.

→ S'APPROPRIER LES FONDAMENTAUX DE LA RÉDACTION JOURNALISTIQUE

Construire des phrases simples et courtes.
Rédiger correctement mails et lettres.
Produire un titre accrocheur.

OBJECTIFS

S'exprimer sans fautes à l'écrit
Maîtriser les règles grammaticales, sémantiques, lexicales et syntaxiques

Améliorer sa pratique du français

OBJECTIFS

Professionaliser ses écrits
Transmettre lisiblement une information
Communiquer avec aisance

CERTIFICATION VOLTAIRE : 03/07/2018

**CE MODULE INCLUT UNE LICENCE NOMINATIVE D'UN AN
SUR LE MODULE E-LEARNING DU PROJET VOLTAIRE.**

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc

Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr

MODULE 3

RÉDIGER POUR LE WEB (14H)

RÉDIGER EFFICACEMENT POUR LE WEB DANS LES CONTRAINTES DU RÉFÉRENCIEMENT NATUREL (7H)

13/03/2018

→ INTRODUCTION À L'ÉCRITURE WEB

Comprendre les comportements de lecture sur le web.
Saisir l'utilité des textes interactifs.
Comprendre le fonctionnement des moteurs de recherche.

→ ORGANISATION DE L'INFORMATION

Découper le texte en niveaux de lecture.
Soigner la titraille.
Construire les phrases.

→ RÉDACTION ET RÉFÉRENCIEMENT

Introduire les mots-clés.
Identifier et utiliser les synonymes Google.
Exploiter les liens.

E-MAILING ET NEWSLETTER : CRÉER UNE STRATÉGIE EFFICACE (7H)

27/03/2018

ÉLABORER UNE STRATÉGIE

→ Les différences entre emailing & newsletter.
Définition des objectifs.
Gestion de la relation.

→ LES CLÉS D'UN E-MAILING EFFICACE

→ Respect des règles éthiques et juridiques.
Fonctionnement & objectifs d'une base de données email.
L'objet du mail.
La structure graphique.
Les règles éditoriales.

→ ANALYSER LES PERFORMANCES

→ Mesurer les indicateurs.
Déduire les actions correctives.

OBJECTIFS

Acquérir de l'aisance dans la rédaction de contenus web
Apprendre à agencer et structurer son information
Appliquer les réflexes rédactionnels utiles
au référencement naturel

OBJECTIFS

Créer un emailing efficace
Élaborer une stratégie de conquête et de fidélisation
Mesurer l'efficacité des campagnes

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE
Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF
Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc
Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr



MODULE 4

MAÎTRISER LA CHAÎNE GRAPHIQUE : DE LA CONCEPTION À L'IMPRESSION (28H)

DÉCOUVRIR LES PRINCIPALES FONCTIONNALITÉS DE PHOTOSHOP ET INDESIGN

PHOTOSHOP (14H)

03/05/2018 - 15/05/2018

- **COMPRENDRE L'ESPACE DE TRAVAIL**
Les panneaux, les palettes d'outils.
- **TRAVAILLER LES IMAGES ET LES COULEURS**
Créer des couleurs CMJN, RVB et des tons directs.
Utiliser un nuancier.
Maîtriser les différents formats d'images : Tiff, Psd, Png, Jpeg, Illustrator EPS...
- **RÉGLER UNE IMAGE**
Choisir la résolution.
Rogner une image, agrandir l'espace de travail.
Appliquer une transparence.
Détourer.
Supprimer ou ajouter un élément.
- **CORRIGER LES IMPERFECTIONS**
Utiliser l'outil tampon.
Ajuster la luminosité, le contraste et la saturation.
Remplacer une couleur.
Ajouter un effet.
- **ENREGISTRER**
Sauvegarder ou convertir dans le bon format.

INDESIGN (14H)

24/05/2018 - 31/05/2018

- **COMPRENDRE L'ESPACE DE TRAVAIL**
Les panneaux, les palettes d'outils.
- **MANIPULER ET GÉRER LES BLOCS**
Placement, verrouillage, duplication, alignement.
- **TRAVAILLER LE TEXTE ET LA TYPOGRAPHIE**
Saisir, sélectionner, importer et modifier du texte.
Choisir une police.
Procéder aux ajustements : interlignage, approche, césure, réglages de justification.
Utiliser les styles de paragraphes et les styles de caractères.
- **GÉRER LES BLOCS**
Châîner des blocs de textes.
Exploiter le multicolonnage.
Utiliser les repères de montage.
Créer un gabarit.
Créer des tableaux.
Importer des tableaux Excel et des images.
- **RASSEMBLER ET DIFFUSER LE DOCUMENT**
Exporter le document au format pdf.

OBJECTIFS

Développer une communication par l'image performante
Acquérir les bons réflexes de la création graphique
Redimensionner, recadrer, retoucher et détourer ses visuels
Concevoir des mises en page attractives et esthétiques
Créer des maquettes professionnelles
Préparer sa maquette pour l'impression

INITIATION À LA PAO :

**DISPENSE POSSIBLE PAR L'ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE SELON
LE NIVEAU AVÉRÉ DU STAGIAIRE.**

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE
Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF
Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc
Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr



MODULE 5

COMMUNITY MANAGEMENT (14H)

ANIMER UNE COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (7H)

12/06/2018

→ STRATÉGIE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Panorama des différents réseaux et de leurs usages.
Comportement des consomm'acteurs.
Risques et bonnes pratiques.

→ ORGANISER SA E-COMMUNICATION

Développer sa notoriété.
Fidéliser son audience.
Optimiser son référencement.
Se créer des opportunités.

E-RÉPUTATION ET NOUVEAUX USAGES DU WEB (7H)

26/06/2018

→ COMMUNIQUER EFFICACEMENT SUR LES MEDIAS SOCIAUX

Choisir ses réseaux en fonction de ses objectifs.
Publier, animer, répondre et modérer.
Intégrer les aspects juridiques.

→ GÉRER ET MESURER SA PRÉSENCE

Organiser son système de veille.
Évaluer les retombées.
Défendre sa e-réputation.
Mesurer le retour sur investissement.

→ COMPRENDRE LES ÉVOLUTIONS DU WEB SOCIAL

La révolution des supports mobiles : nouvelles fonctionnalités et opportunités.

OBJECTIFS

Comprendre le fonctionnement et les enjeux des média sociaux

Concevoir une stratégie « social media » efficace

Mesurer la performance de vos actions et leurs retombées

OBJECTIFS

Faire des réseaux sociaux un nouveau levier de communication et de prospection

Suivre et préserver l'identité de la marque sur les réseaux

Assurer une présence durable, cohérente et juridiquement responsable

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE
Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF
Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc
Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr



MODULE 6

COLLABORER AVEC LES MÉDIAS (14H)

RÉUSSIR SES RELATIONS-PRESSE À TRAVERS L'EXEMPLE DU COMMUNIQUÉ (7H)

06/09/2018

- **INTRODUCTION AUX RELATIONS-PRESSE**
Définition, enjeux et limites.
- **TRAVAILLER AVEC LES JOURNALISTES**
Respecter quelques codes de bonne conduite.
Établir une collaboration durable.
Saisir les attentes, besoins, contraintes et exigences des journalistes.
- **BALISER LE PAYSAGE MÉDIATIQUE**
Constituer son fichier-presse, le personnaliser, l'enrichir et l'actualiser.
- **DÉLIVRER L'INFORMATION À TRAVERS L'EXEMPLE DU COMMUNIQUÉ DE PRESSE**
À quelle occasion l'adresser.
Ce qu'il n'est pas.
Comment le rédiger et le présenter.
Les erreurs à ne pas commettre.
L'envoi et le suivi.

MEDIATRADING : PRÉPARER L'INTERVENTION D'UN PORTE-PAROLE (7H)

20/09/2018

- **BIEN APPRÉHENDER LA RELATION AVEC LE JOURNALISTE**
Respecter quelques codes de bonne conduite.
Saisir les spécificités de chaque média.
Se mettre à la place du journaliste.
Discerner l'angle journalistique.
- **L'EXERCICE DE L'INTERVIEW**
Anticiper la rencontre.
Aider l'orateur à transmettre clairement un message, à gagner en conviction et à garder la maîtrise de l'échange.
- **ATTITUDE ET COMMUNICATION NON-VERBALE**
Aider l'orateur à gérer son stress et ses émotions, à poser son regard et moduler sa voix, à corriger ses tics et soigner son image.
- **LES SITUATIONS DÉLICATES**
Aider l'orateur à garder contenance et flexibilité face aux imprévus, à affronter les questions dérangeantes, à rétablir une vérité et à gérer une hostilité.

OBJECTIFS

Utiliser les relations-presse comme outil pour développer sa notoriété et sa visibilité

Connaître la presse et adapter le message à la cible

Intégrer les exigences d'un bon communiqué de presse, en termes de rédaction et de présentation

OBJECTIFS

Aider un porte-parole à assimiler les techniques rhétoriques, dialectiques et stylistiques

Aider un porte-parole à gérer ses émotions et son stress

Coacher un orateur sur ses axes d'amélioration

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE
Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF
Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc
Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr



MODULE 7

RÉUSSIR SES INTERVENTIONS ORALES (14H)

ARGUMENTER POUR CONVAINCRE (7H)

04/10/2018

→ DÉBATTRE

Comprendre les mécanismes d'un débat constructif.
Adapter son discours à la situation et à l'interlocuteur.
Construire et varier ses arguments.

→ PRÉSENTER CLAIREMENT SES IDÉES

Structurer son message.
Aller à l'essentiel.
Soigner la communication non verbale.

→ ASSEOIR SA CRÉDIBILITÉ

Pratiquer l'écoute active et l'empathie.
Développer sa confiance et son authenticité.
Mettre en adéquation l'image que l'on souhaite projeter avec l'image perçue par les autres.

S'EXPRIMER AVEC ASSURANCE

EN TOUTES CIRCONSTANCES (7H)

18/10/2018

→ ARGUMENTER EN SITUATION

Analyser et comprendre une situation de communication donnée pour définir une stratégie argumentative.

→ S'EXPRIMER AVEC TACT

Formuler une critique ou une objection, sans heurter.
Répondre à une critique ou à une objection en restant constructif.
Savoir dire non et s'affirmer sans agressivité.

→ VALORISER SA COMMUNICATION

Rester maître de ses émotions.
Gérer angoisse, stress et mal-être générés par les situations difficiles.
Développer les techniques de prise de recul.

OBJECTIFS

S'approprier les techniques d'argumentation pour convaincre un auditoire

Adapter le message à son interlocuteur pour établir crédibilité et autorité

Transmettre clairement l'idée directrice de son exposé et la faire adopter

OBJECTIFS

Structurer ses interventions orales à travers de multiples exercices pratiques

Construire des stratégies d'argumentation

Gagner en assurance et maîtriser ses émotions et son stress

Développer des compétences relationnelles pour communiquer positivement

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc

Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr

MODULE 8

SÉCURISER SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION (14H)

COMMUNIQUER QUAND ÇA VA MAL : GARDER LA MAÎTRISE DE SON IMAGE DANS UN CONTEXTE SENSIBLE (7H)

08/11/2018

→ ANTICIPER LA CRISE

Identifier les événements et les vecteurs internes et externes susceptibles de menacer l'institution.

Mettre en place un dispositif d'anticipation de crise : astreinte, scénarios, veille...

→ GÉRER LA CRISE

Mobiliser une cellule de crise.

Analyser la crise et établir une stratégie de communication.

Produire ses outils de communication en veillant à la cohérence interne et externe.

Préparer et accompagner le porte-parole.

Réagir aux retombées.

→ CAPITALISER ET PRÉPARER L'AVENIR

Remercier les acteurs de la gestion de crise.

Informers ses publics du retour à la normal et des impacts de la crise pour l'institution.

Dresser le retour d'expérience pour améliorer l'organisation.

DROIT DE LA COMMUNICATION : PRÉCAUTION ET CONFORMITÉ (7H)

22/11/2018

→ DROIT PUBLICITAIRE

Publicités réglementées.

Publicités mensongères ou trompeuses.

Publicités comparatives.

→ DROIT DES MARQUES

Protection des signes distinctifs de la marque : logo, texte, dénomination commerciale.

Utilisation de supports protégés : copyright et obtention des accords d'utilisation.

Prospection commerciale : collecte et exploitation des données personnelles, missions de la CNIL.

Promotion des ventes : réglementation des jeux et concours.

Mentions légales à faire figurer sur un site web.

→ PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE

Image de la personne et de ses biens.

Droit de réponse.

OBJECTIFS

Évaluer le potentiel de crise de l'institution
et les facteurs de déclenchement

S'organiser et gérer la crise

Capitaliser sur l'évènement pour travailler son image

OBJECTIFS

Éviter les situations litigieuses
Se repérer dans le cadre légal général
de la communication

Créer un support de communication en conformité
avec le droit

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Nelly Lemar

nelly.lemar@univ-smb.fr

Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler

christelle.dopler@univ-smb.fr

Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc

Service Alternance & Formation Continue

9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240

74942 Annecy-le-Vieux cedex

Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr

MODULES DE SPÉCIALISATION 1

STRATÉGIE ET GESTION DE MARQUE : ENJEUX, FONCTION, EXPRESSION (14H)

05/04 et 24/04/2018

→ LA MARQUE, CRÉATRICE DE VALEURS

Intégrer les enjeux et fonctions de la marque.
La marque comme repère dans l'esprit du consommateur.
Les facteurs clés du succès d'une marque.

→ CONSTRUIRE UNE IDENTITÉ DISTINCTIVE

Plateforme et positionnement de marque.
Identité visuelle, textuelle et sensorielle.
Story Telling ou personnalité narrative de la marque.

→ PORTER LA MARQUE

Déclencher la préférence du client en capitalisant sur l'expérience de la marque.
Innover pour revitaliser la marque.

OBJECTIFS

Acquérir une vision claire des différentes fonctions de la marque
Se doter des bonnes pratiques pour construire une marque forte et différenciante
Identifier les principaux leviers de performance de la marque

OU

COMMUNICATION DES COLLECTIVITÉS : RÉUSSIR SON MARKETING TERRITORIAL (14H)

05/04 et 24/04/2018

→ MARKETING TERRITORIAL

Définition, objectifs et atouts.
Valoriser un territoire.
Construire un espace de citoyenneté.
Exemples de stratégies de marketing territorial.

→ DÉFINIR UN PROJET DE TERRITOIRE

Méthodes et outils.
Impliquer les acteurs.
S'entourer des bons prestataires.

→ SPÉCIFICITÉS DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE ET TERRITORIALE

Communication d'information, financière, d'influence.
Communication politique et électorale.
Développement durable et achats responsables.

OBJECTIFS

Développer l'attractivité de son territoire
S'approprier les outils du marketing territorial
Développer un sentiment d'appartenance et promouvoir l'image de la collectivité

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE
Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF
Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc
Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr



MODULES DE SPÉCIALISATION 2

APPRIVOISER LES OUTILS GOOGLE : ADWORDS & ANALYTICS (14H)

28/11 et 04/12/2018

→ GOOGLE ADWORDS

Prise en main de l'interface.
Paramétrage du compte.
Définition du territoire, de la cible et du budget.
Complémentarité avec la stratégie de référencement naturel.
Rédaction des annonces.
Suivi et analyse de la campagne.
Gestion et optimisation des performances.

→ GOOGLE ANALYTICS

Prise en main de l'interface.
Configuration du compte.
Collecte et interprétation des données statistiques.
Analyse et optimisation des différentes sources de trafic.
Étude des mots-clés.
Compréhension du parcours et du comportement de navigation.
Mesure de l'audience web et optimisation de la performance du site.

OBJECTIFS

Tirer le meilleur parti des outils Google
Créer et gérer en toute autonomie une
campagne de référencement payant sur
Google Adwords

Interpréter les rapports générés par
Google Analytics et prendre les mesures
d'optimisation qui s'imposent

OU

COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE : METTRE EN ŒUVRE UNE MANIFESTATION (14H)

28/11 et 04/12/2018

→ LES OPPORTUNITÉS DE MONTER UN ÉVÈNEMENT

Identifier les occasions et choisir une manifestation adaptée.
Opter pour un concept créatif.
Valider les enjeux, les avantages retirés d'un événement réussi, les cibles et les objectifs.
Prévoir son budget.

→ ANTICIPER L'ÉVÈNEMENT

Prévoir le lieu, bien déterminer la période.
Lister les contraintes matérielles.
Établir un rétro-planning.
Entamer les démarches administratives obligatoires.
S'entourer des bons intervenants.
Communiquer autour de l'évènement.

→ GÉRER LE JOUR J

Accueillir, animer, sécuriser, coordonner.

→ MESURER LES RETOMBÉES

Évaluer les retombées en termes d'image.
Évaluer la satisfaction des publics.
Valoriser l'évènement en interne.
Inscrire l'évènement dans une continuité.

OBJECTIFS

Organiser, gérer, promouvoir
et évaluer un événement

Appréhender les dimensions techniques,
juridiques, financières, logistiques
et sécuritaires d'une manifestation

Fédérer ses différents publics autour d'une
manifestation ponctuelle mais percutante

CONTACTS

PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Nelly Lemar
nelly.lemar@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 65 21 73

SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler
christelle.dopler@univ-smb.fr
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc

Service Alternance & Formation Continue
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240
74942 Annecy-le-Vieux cedex
Tél. : 04 50 09 22 45 / www.univ-smb.fr

