



**INSTITUT  
UNIVERSITAIRE  
FORMATION CONTINUE**  
UNIVERSITÉ SAVOIE  
MONT BLANC



## COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES COLLECTIVITÉS

SESSION 2019

# DIPLÔME D'UNIVERSITÉ FORMATION CONTINUE

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 **171 heures** (à 185 heures) comprend :

- 1 module de pré-rentree optionnel de 14 heures ;
- 1 tronc commun de 8 modules, soit 136 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.

**Cette formation s'adresse à tout public**, salarié, ou demandeur d'emploi, titulaire du baccalauréat ou équivalent. Les personnes non titulaires du baccalauréat ont la possibilité d'accéder à la formation par l'intermédiaire de la Validation des Acquis Personnels et Professionnels (VAPP) : [vapp@univ-smb.fr](mailto:vapp@univ-smb.fr)

### 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 (21h)

Concevoir une stratégie de communication.

#### 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<sup>er</sup> décembre 2018

Module pré-rentree optionnel : 20 et 21/12/2018

Module 1 : 15 et 29/01/2019, 05/02/2019

Module 2 : 12/02 et 05/03/2019

Module 3 : 19 et 26/03/2019

Module de spécialisation 1 : 09 et 30/04/2019 ou 11 et 29/04/2019

Module 4 : 14 et 23/05/2019 ; 04 et 18/06/2019

Module 5 : 25/06 et 02/07/2019

Certification Voltaire : à venir

Module 6 : 17 et 24/09/2019

Module 7 : 01 et 15/10/2019

Module 8 : 05 et 19/11/2019

Module de spécialisation 2 : 03 et 17/12/2019

Séminaire de fin d'année : 20/12/2019

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

### Remise des diplômes : premier semestre 2020

**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 2019

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

OU

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

### EN DÉCEMBRE 2019

**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. (185h) :  
4440€ en financement conventionné / 2960€ 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

Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

### SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

**Université Savoie Mont Blanc**  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



**FORMATION CONTINUE**  
UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC



# MODULE DE PRÉ-RENTRÉE

## PROCESS COMMUNICATION : POUR ÊTRE EN PHASE (14H)

### SE COMPRENDRE ET COMPRENDRE L'AUTRE

#### → 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

#### → 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

Edouard Maumejean

[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

#### SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler

[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)

Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc

Institut Universitaire de Formation Continue

Service Formation Continue

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

74942 Annecy-le-Vieux cedex

Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



**FORMATION CONTINUE**

UNIVERSITÉ SAVOIE  
MONT BLANC

# MODULE 1

## PILOTER UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION (21H)

### CONCEVOIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION

#### → 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.

#### VERIFIER ET SUIVRE SES ACTIONS

Organiser la remontée des informations.  
Evaluer 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**

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

**Définir des indicateurs de performance**

### CONTACTS

#### PROGRAMME PÉDAGOGIQUE

Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

#### SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



**FORMATION CONTINUE**  
UNIVERSITÉ SAVOIE  
MONT BLANC

# MODULE 2

## PROFESSIONNALISER SES ÉCRITS CERTIFICATION VOLTAIRE (14H)

### SE RÉCONCILIER AVEC L'ORTHOGRAPHE

#### → 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

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

### CONTACTS

**PROGRAMME PÉDAGOGIQUE**  
Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

**SUIVI ADMINISTRATIF**  
Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

**Université Savoie Mont Blanc**  
**Institut Universitaire de Formation Continue**  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



# MODULE 3

## RÉDIGER POUR LE WEB (14H)

### RÉDIGER EFFICACEMENT POUR LE WEB DANS LES CONTRAINTES DU RÉFÉRENCEMENT NATUREL

- **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 titraillle.  
Construire les phrases.
- **RÉDACTION ET RÉFÉRENCEMENT**  
Introduire les mots-clés.  
Identifier et utiliser les synonymes Google.  
Exploiter les liens.

### E-MAILING ET NEWSLETTER : CRÉER UNE STRATÉGIE EFFICACE

- **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**  
Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

**SUIVI ADMINISTRATIF**  
Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufo](http://www.univ-smb.fr/iufo)



# MODULE 4

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

### DÉCOUVRIR LES PRINCIPALES FONCTIONNALITÉS DE PHOTOSHOP ET INDESIGN

#### PHOTOSHOP

- **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

- **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**  
Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

**SUIVI ADMINISTRATIF**  
Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

**Université Savoie Mont Blanc**  
**Institut Universitaire de Formation Continue**  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



# MODULE 5

## COMMUNITY MANAGEMENT (14H)

### ANIMER UNE COMMUNAUTÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- **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

- **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

Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

##### SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)





# MODULE 6

## COLLABORER AVEC LES MÉDIAS (14H)

### RÉUSSIR SES RELATIONS-PRESSE À TRAVERS L'EXEMPLE DU COMMUNIQUÉ

- **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.

### MEDIATRANING : PRÉPARER L'INTERVENTION D'UN PORTE-PAROLE

- **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**  
Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

**SUIVI ADMINISTRATIF**  
Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



# MODULE 7

## RÉUSSIR SES INTERVENTIONS ORALES (14H)

### ARGUMENTER POUR CONVAINCRE

#### → 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

#### → 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

Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

#### SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



# MODULE 8

## SÉCURISER SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION (14H)

### COMMUNIQUER QUAND ÇA VA MAL : GARDER LA MAÎTRISE DE SON IMAGE DANS UN CONTEXTE SENSIBLE

#### → 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

#### → 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

Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

##### SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



**FORMATION  
CONTINUE**  
UNIVERSITÉ SAVOIE  
MONT BLANC

# MODULES DE SPÉCIALISATION 1

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

### → 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)

### → 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

Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

#### SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



**FORMATION CONTINUE**  
UNIVERSITÉ SAVOIE  
MONT BLANC

# MODULES DE SPÉCIALISATION 2

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

### → 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)

### → 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 évènement 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 évènement**

**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

Edouard Maumejean  
[edouard.maumejean@univ-smb.fr](mailto:edouard.maumejean@univ-smb.fr)

#### SUIVI ADMINISTRATIF

Christelle Dopler  
[christelle.dopler@univ-smb.fr](mailto:christelle.dopler@univ-smb.fr)  
Tél. : 04 50 09 22 51

Université Savoie Mont Blanc  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
9 rue de l'Arc-en-Ciel - BP 240  
74942 Annecy-le-Vieux cedex  
Tél. : 04 50 09 22 51 / [www.univ-smb.fr/iufc](http://www.univ-smb.fr/iufc)



**FORMATION CONTINUE**  
UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC

**Université Savoie Mont Blanc**  
Institut Universitaire de Formation Continue  
Service Formation Continue  
Domaine universitaire d'Annecy-le-Vieux  
9 rue de l'Arc-en-Ciel  
74940 Annecy-le-Vieux

**Document à renvoyer à :**  
christelle.dopler@univ-smb.fr  
Tél. +33(4) 50 09 22 51

formation.continue@univ-smb.fr  
www.univ-smb.fr/formation-continue

### Instructions pour remplir, imprimer et envoyer le formulaire en version PDF

#### Accéder aux formulaires en ligne

Adobe Acrobat Reader doit être intégré à votre navigateur Web pour vous permettre de remplir les formulaires en ligne.

Les utilisateurs peuvent parfois avoir des difficultés à imprimer ou même à ouvrir des formulaires en ligne. Si tel est le cas, essayez de sauvegarder le formulaire sur votre disque dur (sélectionner «Enregistrer sous» ou «Enregistrer le lien sous» en cliquant sur le bouton droit de la souris tout en vous déplaçant sur le lien du formulaire désiré) et puis d'ouvrir et de remplir le formulaire localement en utilisant **Adobe Acrobat Reader**.

#### Compléter le formulaire

Ouvrez le formulaire en utilisant Adobe Acrobat Reader ou Adobe Acrobat. Acrobat Reader vous permettra de remplir, imprimer, sauvegarder et envoyer le formulaire rempli par e-mail.

Une fois le formulaire ouvert, avec le bouton gauche de la souris, cliquez sur le champ à remplir et insérez votre texte. Une fois l'information rentrée, cliquez en dehors du champ qui vient d'être rempli ou appuyez sur la touche «tab» pour vous rendre au champ suivant. Pour cocher les cases, cliquez simplement sur la case avec la souris, ce qui fera apparaître un «X». Pour supprimer le «X», cliquez à nouveau sur la case.

Une fois le formulaire rempli, vérifiez bien que tout le texte est visible sur la feuille imprimée. Le fait d'insérer des retours de paragraphe en utilisant la touche «entrer» peut faire sortir le texte de l'espace disponible, le faisant ainsi disparaître du formulaire. Pour vérifier que le contenu d'un champ est bien visible, appuyez simplement sur la touche «tab» ou cliquez en dehors du champ. Si le texte inséré n'est pas visible, essayez de supprimer certains retours de paragraphe ou réinsérez le texte.

	Dates	Choix
<b>MODULE DE PRÉ-RENTRÉE OPTIONNEL :</b>		
Process Communication / 2 jours	20/12/2018	21/12/2018
<b>TRONC COMMUN DE 8 MODULES</b>		
1 / Piloter une politique de communication / 3 jours	15/01/2019	29/01/2019
	05/02/2019	
2 / Professionnaliser ses écrits / Certification Voltaire / 2 jours + 3 heures	12/02/2019	05/03/2019
3 / Rédiger pour le web / 2 jours	19/03/2019	26/03/2019
4 / Maîtriser la chaîne graphique et PAO / 4 jours	14/05/2019	23/05/2019
	04/06/2019	18/06/2019
5 / Community management / 2 jours	25/06/2019	02/07/2019
6 / Collaborer avec les médias / 2 jours	17/09/2019	24/09/2019
7 / Réussir ses interventions orales / 2 jours	01/10/2019	15/10/2019
8 / Sécuriser sa stratégie de communication / 2 jours	05/11/2019	19/11/2019
<b>MODULES DE SPÉCIALISATION 1 / AU CHOIX</b>		
Stratégie et gestion de marque / 2 jours	09/04/2019	30/04/2019
Communication des collectivités / 2 jours	11/04/2019	29/04/2019
<b>MODULES DE SPÉCIALISATION 2 / AU CHOIX</b>		
Les outils Google / 2 jours	03/12/2019	17/12/2019
Communication événementielle / 2 jours	03/12/2019	17/12/2019
<b>DIPLÔME D'UNIVERSITÉ COMPLET</b>		
<b>SÉMINAIRE OBLIGATOIRE POUR L'OBTENTION DU DIPLÔME (ÉTUDE DE CAS) / 1 JOUR / 20/12/2019</b>		
<b>Nombre de jours</b>	<b>Heures</b>	<b>Tarifs conventionnés</b>
de 1 à 2	de 7 à 14	385 € la journée
de 3 à 6	de 15 à 42	350 € la journée
de 7 à 10	de 43 à 70	280 € la journée
de 11 à 14	de 71 à 98	245 € la journée
DU complet	185	168 € la journée
<b>Diplôme d'Université complet (185 heures) :</b>	<b>4440 €</b>	<b>2960 €</b>
<i>J'atteste avoir pris connaissance des prérequis nécessaires pour cette formation :</i>		Oui

<b>PARTICIPANT</b>	
Civilité :	
Nom :	
Prénom :	
Date de naissance :	
Lieu de naissance :	
Téléphone fixe :	
Mobile :	
E-mail :	
Diplôme / Niveau :	
Statut :	
Fonction :	
<b>ADRESSE DU PARTICIPANT</b>	
Rue :	
Ville :	
Code Postal :	

**Université Savoie Mont Blanc**  
**Institut Universitaire de Formation Continue**  
Service Formation Continue  
Domaine universitaire d'Annecy-le-Vieux  
9 rue de l'Arc-en-Ciel  
74940 Annecy-le-Vieux

**Document à renvoyer à :**  
christelle.dopler@univ-smb.fr  
Tél. +33(4) 50 09 22 51

formation.continue@univ-smb.fr  
www.univ-smb.fr/formation-continue

#### Imprimer le formulaire

Une fois que vous aurez terminé de remplir le formulaire, cliquez n'importe où dans le formulaire ou appuyez sur la touche «tab» pour fermer le dernier champ qui vient d'être rempli. Choisissez l'option «**impression**» soit dans le menu «fichier» soit en sélectionnant l'icône «**impression**». Une fois la boîte de dialogue «impression» ouverte, sélectionnez l'option «ajuster en fonction de la page». Suite à cette opération, la page que vous verrez sur votre écran correspondra à la page imprimée par votre imprimante. Si vous ne choisissez pas cette option, une partie du formulaire peut ne pas être imprimée.

#### Envoyer le formulaire

Une fois le formulaire rempli, cliquez n'importe où dans le formulaire ou appuyez sur la touche «tab» pour fermer le dernier champ qui vient d'être rempli. Sauvegarder votre formulaire. Choisissez l'option «**envoyer le fichier**» soit dans le menu «fichier» soit en sélectionnant l'icône «**enveloppe**».

#### Document à renvoyer à :

**Secrétariat Formation Continue**  
christelle.dopler@univ-smb.fr  
Tél. +33(4) 50 09 22 51

*Ce document ne constitue pas un engagement définitif et n'a pas de valeur contractuelle. Il s'agit d'une pré-inscription visant à élaborer l'inscription officielle. Lorsque vous choisissez de communiquer vos données à caractère personnel, vous donnez expressément votre consentement pour la collecte et l'utilisation de celles-ci conformément à la législation en vigueur.*

EMPLOYEUR		
Raison sociale :		
Groupe :		
SIRET :		
Code NAF :		
Activité :		
ADRESSE DE L'ENTREPRISE		
Rue :		
Ville :		
Zone d'activité :		
Code postal :		
Pays :		
INFORMATIONS SUR L'ENTREPRISE		
Téléphone (standard) :		
Mail (générique) :		
Site web :		
REPRÉSENTANT DE L'ENTREPRISE		
Civilité :		
Prénom :		
Nom :		
Service / département :		
Fonction :		
Ligne directe :		
Mobile :		
E-mail :		
L'ORGANISME DE FORMATION		
Raison sociale :	UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC / S.F.C.	
N° déclaration d'activité :	8273 P 000273	
Adresse :	Domaine universitaire d'Annecy-le-Vieux 9 rue de l'Arc-en-Ciel 74940 Annecy-le-Vieux	
Représenté par :	Denis VARASCHIN, Président	
DISPOSITIONS FINANCIÈRES		
LE MONTANT EST PRIS EN CHARGE PAR		
Vous-même :	Oui	Non
Pôle-Emploi :	Oui	Non
Votre entreprise :	Oui	Non
DANS CE DERNIER CAS PRÉCISEZ LES MODALITÉS DE RÈGLEMENT		
Règlement direct par l'entreprise :	Oui	Non
Délégation de paiement auprès de l'OPCO de l'entreprise :	Oui	Non
Somme prise en charge par l'OPCO :	€	> Si connu
Solde restant à la charge de votre entreprise :	€	> Si connu
ADRESSE DE L'OPCO		
Nom de l'OPCO :		
Rue :		
Ville :		
Code postal :		
CONTACT DANS L'OPCO		
Civilité :		
Prénom :		
Nom :		
Téléphone :		
E-mail :		