Délégation
Provence-Alpes-Côte d'Azur



COMMUNICATION

Offre de *service* 2026

+ d'informations sur cnfpt.fr

NOUVEAU MANDAT, NOUVELLE DYNAMIQUE DE COMMUNICATION

Durée 1 jour

Niveau Fondamentaux du métier

MARSEILLE
Code IEL : 20:SXGOD009
09/03/26

Carine Flambard
DELEGATION PACA
04 94 08 96 95

MONTPELLIER
Code IEL : 87:SXGOD010
18/06/26

Johanna EVINA
OCCITANIE
05 62 11 38 99

LYON
Code IEL : 80:SXGOD008
19/06/26

Aurélie Couffy
AUVERGNE RHONE ALPES
04 72 32 43 46

Code stage : SXGOD

PUBLIC

Responsables de communication, chargées et chargés de communication.

OBJECTIFS

- comprendre les enjeux de communication liés au début de mandat
- clarifier le positionnement stratégique du communicant dans l¿organisation
- savoir élaborer une feuille de route (diagnostic, plan d¿action, outils)
- intégrer les évolutions récentes : numérique, IA, transparence, sobriété, participation
- anticiper des situations de crise.

CONTENU

- Les fondamentaux de la communication publique en début de mandat
- Construire sa feuille de route stratégique
- Enjeux du mandat 2026-2032 : transition, sobriété, participation et IA
- Face aux crises : méthodes et postures

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposés et travaux en ateliers.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AU SERVICE DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

Durée 2 jours présentiels

Niveau Fondamentaux du métier

LA GARDE
Code IEL : 20:SXGIA008
21-22/05/26

Carine Flambard
DELEGATION PACA
04 94 08 96 95

Code stage : SXGIA

PUBLIC

équipes chargées de la communication : responsables de communication, directeurs et directrices de communication, chargées et chargés de communication ou de publication

OBJECTIFS

- reconnaître les spécificités de l'Intelligence Artificielle générative (IAG) (texte, image, son et vidéo),
- veiller à une utilisation éthique et raisonnée de l'intelligence artificielle générative dans sa pratique,
- appliquer les règles de sécurité et de protection des données dans l'usage de l'IAG,
- distinguer les différents usages de l'IAG dans les métiers de la communication publique territoriale,
- déterminer les usages pour lesquels un outil d'IA générative peut se révéler utile et efficace dans le cadre de sa pratique,
- rédiger un prompt efficace et retravailler le résultat afin qu'il corresponde à la forme et au fond de la production souhaitée,
- comprendre les principes de génération d¿image et de son par l'IAG,
- créer des visuels adaptés à la communication publique.

CONTENU

- introduction à l'IA générative :
  - compréhension des concepts de base et du fonctionnement de l'IA générative, enjeux éthiques et juridiques.
  - règles juridiques en vigueur : droits d'auteur et droits patrimoniaux, protection des données et RGPD
- l'IAG pour la génération de texte :
  - outils, usages et limites.
  - comment rédiger un prompt efficace ?l'IA pour la génération d'images :
    - outils, usages et limites.
    - comment et dans quel cas utiliser la génération d'image pour illustrer un support de communication ?l'IA pour accompagner la conception d'une stratégie de communication.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

apports théoriques : explications des concepts de base et échanges autour des notions éthiques, cas pratiques : présentation de cas réels où l'IAG a été utilisée efficacement dans des campagnes de communication.exercices de mise en pratique : utilisation des principaux outils d'IA générative et conseils sur la rédaction des prompts.

PRÉ-REQUIS

disposer d'un compte sur une IA générative autorisé par sa collectivité

Ce stage appartient à l'itinéraire suivant :

NUM03 Prendre en main les outils numériques dans sa vie professionnelle

LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE ET LES RÉSEAUX SOCIAUX : ÉLÉMENTS DE STRATÉGIE DIGITALE

Durée 2 jours présentiels et 1 jour à distance

Niveau Fondamentaux du métier

MARSEILLE
Code IEL : 20:SXG02123
09-10/02/26

Chloé Aranda
DELEGATION PACA
04 42 52 28 91

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : SXG02

PUBLIC

- chargées et chargés de communication, responsables de communication et tout agent et agente débutant sur les réseaux sociaux,
- agent et agente amené à lancer un projet numérique.

OBJECTIFS

- comprendre les enjeux et les apports des médias sociaux dans la stratégie de communication des collectivités territoriales,
- connaître les publics, les outils, leurs usages et leurs évolutions,
- intégrer les bonnes pratiques.

CONTENU

- le panorama des outils et les usages induits : approche globale multisectorielle, l'internet des objets
- les attentes des publics des collectivités et les nouvelles pratiques : mobilité, géolocalisation, participation
- la réflexion stratégique préalable et le plan d'actions de communication digitale,
- comment démarrer sur les réseaux sociaux,
- les bonnes pratiques

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation fait l'objet de temps à distance composé d'une e-formation et d'une e-communauté de stage, tous deux accessibles depuis la plateforme numérique d'apprentissage du CNFPT. Ce temps à distance complète 2 journées de formation en présentiel.

PRÉ-REQUIS

- être positionné sur une fonction de communication publique,
- être porteur d'un projet de communication numérique,
- disposer d'une adresse électronique individuelle.

STRATÉGIE ET ANALYSE DES NOUVEAUX USAGES DU WEB POUR LES COLLECTIVITÉS LOCALES

Durée 2 jours présentiels + 1 jour à distance

Niveau Fondamentaux du métier

LILLE
Code IEL : 83:SXG03045
13-14/01/26

Sybille DOSSA
HAUTS DE FRANCE
03 20 15 69 85

AIX-EN-PROVENCE
Code IEL : 20:SXG03048
02-03/04/26

Chloé Aranda
DELEGATION PACA
04 42 52 28 91

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : SXG03

PUBLIC

- cheffes et chefs de projet communication numérique,
- webmestre,
- cheffes et chefs de projet multimédia.

OBJECTIFS

Définir la stratégie de communication numérique de la collectivité en fonction des usages actuels du web.

CONTENU

- le Web 4.0 dans la stratégie de communication de la collectivité,
- les usages et les meilleures pratiques du web 4.0,
- le développement stratégique et les attentes des usagers du service public territorial,
- les outils de communication à mettre en œuvre : listes de diffusion, blogs, wikis, réseaux sociaux.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance composé d'un module de e-formation et d'une e-communauté de stage, tous deux accessibles depuis la plateforme numérique d'apprentissage du CNFPT. Ce temps à distance complète 2 journées de formation en présentiel.

PRÉ-REQUIS

Disposer d'une adresse électronique individuelle

NOUVEAU

L'USAGE DE LINKEDIN DANS LA COMMUNICATION DES COLLECTIVITÉS

Durée **2 jours présentiels**

Niveau Fondamentaux du métier

LA GARDE
Code IEL : 20:SX4LK001
17-18/09/26

Carine Flambard
DELEGATION PACA
04 94 08 96 95

Code stage : SX4LK

PUBLIC

- Chargées et chargés de communication
- Responsables de communication
- Webmestres
- Animatrices et animateurs de communautés

OBJECTIFS

- maîtriser les différents enjeux de communication liés à la page Linkedin des collectivités
- créer et administrer la page LinkedIn de sa collectivité
- définir sa stratégie et sa ligne éditoriale en fonction des priorités

CONTENU

- l'impact des réseaux sociaux sur la communication territoriale
- Le réseau social LinkedIn : typologie, usages, objectifs
- le fonctionnement de Linkedin : typologies et formats de publication possibles,
- le fonctionnement de l'algorithme de LinkedIn,
- des exemples d'usages en communication publique,
- les aspects juridiques liés aux réseaux sociaux,
- l'évaluation de sa communication sur LinkedIn.

PRÉ-REQUIS

- gérer, modérer ou administrer la page institutionnelle LinkedIn de sa collectivité (type page entreprise ou établissement éducatif)
- accéder à un ordinateur connecté à internet avec des enceintes audio et/ou une prise casque,
- être à l'aise avec les outils informatiques,
- disposer d'une adresse de courriel individuelle.

LA RÉDACTION EFFICACE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Durée 1 jour à distance + 1 jour présentiel

Niveau Fondamentaux du métier

SORGUES
Code IEL : 20:0L4C2101
11/12/26

Yannick Amat
DELEGATION PACA
04 90 39 79 05

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : 0L4C2

PUBLIC

- Responsables de communication
- Responsables de projets en communication numérique
- Agents chargés de publier des contenus sur les réseaux sociaux

OBJECTIFS

- Intégrer les spécificités rédactionnelles des réseaux sociaux
- Maîtriser les codes propres à chaque réseau
- Développer une rédaction pour susciter de l'engagement auprès de ses abonnés
- Adapter sa rédaction à sa stratégie de communication

CONTENU

- Les spécificités des réseaux sociaux
- Les formats possibles de publications
- De la rédaction pour le print à la rédaction pour les réseaux sociaux
- De la rédaction à la conversation
- Intégration de la communication visuelle et animée
- Bâtir une ligne éditoriale
- Bâtir un calendrier éditorial
- Les outils disponibles pour faciliter la rédaction et la publication
- Eviter les pièges du « putaclic »

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance sous forme d'un module de e-formation accessible depuis la plateforme d'apprentissage numérique du CNFPT, complété par 1 jour de formation en présentiel et d'une E-communauté de stage

PRÉ-REQUIS

- Maîtriser les règles de base de la rédaction
- Accéder à un ordinateur connecté à internet avec des enceintes audio et/ou une prise casque.
- Etre à l'aise avec les outils informatiques
- Disposer d'une adresse de courriel individuelle

LA COMMUNICATION INTERNE, PREMIER VECTEUR D'IMAGE DE LA COLLECTIVITÉ

Durée 2 jours présentiels + 1 jour à distance

Niveau Approfondissement

SAINT-LAURENT-DU-VAR
Code IEL : 20:SXGOA056
10-11/09/26

Virginie Vaux
DELEGATION PACA
04 93 14 03 06

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : SXGOA

PUBLIC

Responsables de communication, chargés et chargées de communication.

OBJECTIFS

- positionner la communication interne comme levier d'accompagnement d'un plan de communication externe,
- situer la communication interne dans sa double articulation : communication interne/management des ressources humaines et communication interne/communication externe,
- élaborer une stratégie et un plan de communication internes.

CONTENU

- les cibles internes et le diagnostic interne,
- les objectifs de communication interne, les risques et les enjeux,
- la déclinaison auprès d'une cible interne d'un plan de communication externe,
- le plan de communication interne : méthode et évaluation,
- les outils de communication interne.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation prend la forme d'une e-formation, accessible depuis la plateforme numérique d'apprentissage du CNFPT, suivi de deux journées en présentiel.

PRÉ-REQUIS

Disposer d'une adresse électronique individuelle.

LE DÉVELOPPEMENT ET LA MISE EN ŒUVRE DE LA MARQUE EMPLOYEUR

Durée **3 jours présentiels**

Niveau Fondamentaux du métier

AIX-EN-PROVENCE
Code IEL : 20:SXSME016
31/03-02/04/26

Cathy Vervaeke
DELEGATION PACA
04 94 08 96 39

Code stage : SXSME

PUBLIC

DRH de collectivités de toutes strates, DRH adjoints, Responsable RHPréconisation: il serait intéressant que les DRH viennent en formation en binôme avec un chargé de communication interne.

OBJECTIFS

- analyser les fondements et les enjeux de la marque employeur et leurs impacts sur l'attractivité,
- créer le plan d'actions découlant de la stratégie de marque employeur alignée avec la vision, valeurs et le contexte de sa collectivité,
- outiller les DRH pour mettre en œuvre la stratégie de marque employeur,
- évaluer la démarche pour adapter le plan d'actions en continu.

CONTENU

- Journée 1 : identifier le positionnement de sa collectivité en termes d'attractivité et de fidélisation,
  - définition, contexte, enjeux et composantes de la « marque employeur » (ex : changement des aspirations des candidats et des agents),
  - l'analyse de l'environnement et identification des acteurs clés,
  - l'évaluation du positionnement de la collectivité auprès de ses agents et des candidats,
  - les données nécessaires à l'autodiagnostic,
  - les facteurs clés de succès pour développer sa marque employeur et les freins,
  - exemples inspirants de marque employeur abouties de collectivités de tailles différentes.
  - qualification de l'"ADN" de chaque collectivité en terme de valeurs, projets structurants, posture managériale qui doivent faire l'objet d'une clarification
    - journée 2 : réalisation de l'autodiagnostic de sa collectivité.
    - journée 3 : donner une image attirante de la collectivité et transformer les pratiques RH,
      - élaborer un plan de communication au service de la marque employeur,
      - transformer les pratiques RH de sa collectivité, (expérience collaborateur, pratiques RH qui concourent au renforcement de la marque employeur, travail sur une communication RH impactante aussi bien à l'interne qu'à l'externe),
        - les innovations en matière de marque employeur, perspectives apportées par la mutualisation des marques employeurs sur un même territoire,territorialisation de la stratégie RH, intercommunalités.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- travail intersessions pour recueillir les données permettant d'établir l'autodiagnostic,
- apporter en formation des éléments permettant de réaliser l'autodiagnostic en matière de marque employeur,
- retour d'expérience et partage d'exemples inspirants,
- techniques de construction et de communication de la marque, avec ateliers pratiques,
- échanges sur les comportements et attentes des candidats visés, leur perception des employeurs et leurs pratiques de recherche d'emploi.

PRÉ-REQUIS

- connaissance du fonctionnement et de la dimension stratégique en matière d'attractivité au sein de sa collectivité territoriale,
- intention de développer la marque employeur de sa collectivité avec mise en œuvre d'un plan d'actions,
- expérience minimale d'un an dans ce poste.

Ce stage appartient à l'itinéraire suivant :

I2ATT Le développement d'une politique attractivité ambitieuse

LA COMMUNICATION ET LA PARTICIPATION CITOYENNE

Durée 3 jours présentiels et 0,5 jour à distance

Niveau Approfondissement

NANTES
Code IEL : 17:SX218020
04-06/05/26

Emilie LENOIR
DELEGATION PAYS DE LA LOIRE
02 41 77 37 86

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : SX218

PUBLIC

Responsables de communication, chargées et chargés de communication.

OBJECTIFS

- mettre en place une démarche d'accompagnement par la communication de la démocratie de proximité,
- délimiter les contours de cette mission pour le communicant.

CONTENU

- le contexte général de la démocratie locale : enjeux et dispositif législatif,
- la place du communicant dans la mission d'animation du débat public,
- les apports de la communication dans la mise en oeuvre du dispositif : l'aide à la formalisation du débat public.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Nombreux cas pratiques / retours d'expérience et expérimentation d'outils de participation citoyenne. Cette formation fait l'objet d'un temps à distance sous forme d'une e-communauté de stage accessible depuis la plateforme numérique d'apprentissage du CNFPT, et de 3 journées en présentiel.

PRÉ-REQUIS

Disposer d'une adresse électronique individuelle.

NOUVEAU

LA CRÉATION DE CONTENUS NUMÉRIQUES (VIDÉOS ET PODCASTS)

Durée --

Niveau Approfondissement

BORDEAUX
Code IEL : 86:SX42K001
05-06/02/26 et une partie à distane du 22/01 au 27/02

Cécile DO
NOUVELLE AQUITAINE
0556999456

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : SX42K

PUBLIC

- Chargées et chargés de communication
- Responsables de communication
- Webmestres
- Animatrices et animateurs de communautés
- Contributeurs et contributrices réseaux sociaux

OBJECTIFS

Acquérir des compétences opérationnelles pour la réalisation de vidéosAcquérir les compétences opérationnelles pour la création et la diffusion de podcasts

CONTENU

Réalisation de vidéos Prise de vue et tournage :

- les standards et formats compressés haute définition
- les conseils et techniques de prise de vues vidéos en extérieure et intérieure avec un smartphone
- la réalisation d'interview

Post-production :

- la réalisation d'un montage

Création et diffusion de podcasts :

- Se repérer dans l'univers des productions sonores
- Concevoir scénaristiquement et techniquement des podcasts adaptés aux usages des réseaux sur lesquels ils auront vocation à être publiés
- Appliquer les bases de la prise de son
- Appliquer les bases du montage sonore

PRÉ-REQUIS

- disposer d'un ordinateur et d'une adresse personnelle de messagerie

LA PHOTO ET LA VIDÉO AVEC UN SMARTPHONE POUR UN USAGE PROFESSIONNEL

Durée 2 j présentiel + 0,5 distanciel

Niveau Fondamentaux du métier

LA GARDE
Code IEL : 20:0L454135
11-12/03/26+13/03/26

Corinne Carreras
DELEGATION PACA
04 94 08 75 95

LA GARDE
Code IEL : 20:0L454140
12-13/11/26

Carine Flambard
DELEGATION PACA
04 94 08 96 95

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : 0L454

PUBLIC

Agents et agents chargés de la mise en valeur des actions de leur collectivité au travers d'un ou plusieurs comptes réseaux sociaux, une page web, un blog, etc.

OBJECTIFS

- produire des photos ou vidéos avec un smartphone utilisables en tant que supports de communication,
- connaître les bases d'une photo ou vidéo réussie,
- donner un rendu "professionnel" à ses photos et vidéos,
- alimenter les supports et médias de sa collectivité avec des visuels adaptés.

CONTENU

Initiation à la vidéo et photo avec smartphone :

- réglage de l'appareil : mode automatique/manuel,
- la définition du sujet ; les règles d'une prise de vue réussie,
- les accessoires,
- le traitement et amélioration d'une photo/vidéo,
- enregistrement et partage sur les réseaux sociaux.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance de 0,5 jour articulé autour d'un parcours en e-formation et d'une e-communauté de stage accessible depuis la plateforme numérique d'apprentissage du CNFPT. Le présentiel de 2 jours s'appuie principalement sur la réalistion d'exercices pratiques.

PRÉ-REQUIS

Apporter son smartphone personnel ou professionnel (Ios ou Android). Aucun appareil disponible en prêt.

LA CONCEPTION, LA GESTION ET LE PILOTAGE D'UN PROJET WEB

Durée 3 jours présentiels et 1 jour à distance

Niveau Approfondissement

ANGERS
Code IEL : 17:SXG06023
14-16/10/26

Emilie LENOIR
DELEGATION PAYS DE LA LOIRE
02 41 77 37 86

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : SXG06

PUBLIC

- cheffes et chefs de projet communication numérique,
- webmestre,
- cheffes et chefs de projet multimédia.

OBJECTIFS

Apporter conseil et assistance à la direction générale dans la mise en place, le développement et le pilotage de projets web :

- conduire les analyses préalables et les diagnostics,
- identifier et analyser les besoins des demandeurs concernant le contenu et la forme,
- proposer une charte fonctionnelle,
- détailler une architecture de navigation,
- communiquer sur les finalités et les enjeux du projet,
- définir et négocier les missions, les objectifs prioritaires et les résultats,
- superviser les conditions de mise en œuvre et l'évaluation des projets.

CONTENU

- la phase stratégique d'étude préalable et l'audit d'un site existant,
- le cahier des charges fonctionnel et technique,
- les avantages et inconvénients des différents CMS (Content Management System),
- l'appel d'offres et le choix d'un prestataire,
- les outils de pilotage de projets,
- l'accessibilité et l'ergonomie,
- la gestion d'un.une prestataire web,
- la démarche qualité, le retour des utilisateurs

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance composé d'un module de e-formation et d'une e-communauté de stage, tous deux accessibles depuis la plateforme numérique d'apprentissage du CNFPT. Ce temps à distance complète 3 journées de formation en présentiel.

PRÉ-REQUIS

Disposer d'une adresse électronique individuelle.

DROIT D'AUTEUR, DROIT À L'IMAGE, DROIT D'INTERNET

Durée 2 jours présentiel + 0,5 jour à distance

Niveau Fondamentaux du métier

LE MANS
Code IEL : 17:0L4D9062
06-07/07/26

Emilie LENOIR
DELEGATION PAYS DE LA LOIRE
02 41 77 37 86

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : 0L4D9

PUBLIC

- Responsables de service communication
- Agents des services culturels

OBJECTIFS

- Délimiter les frontières entre droit à l'image et devoir d'information
- Définir les limites entre droits d'auteur et droit acquis par l'employeur
- Connaître la réglementation relative à la gestion d'un site internet ou intranet

CONTENU

- La protection des personnes photographiées au titre du droit au respect du droit de l'image,
- Les critères jurisprudentiels : espace public ou privé
- La spécificité de la presse territoriale
- Les droits d'auteur du photographe
- Les droits de reproduction, de commercialisation
- L'acquisition de clichés photographiques
- La transmission numérique des clichés, le dépôt légal et les mentions obligatoires

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance sous forme d'un module de e-formation accessible depuis la plateforme numérique d'apprentissage du CNFPT, complétée par 2 jours de formation en présentiel et d'une e-communauté de stage.

PRÉ-REQUIS

Technique :Disposer d'une adresse mail individuelle et d'un accès à Internet

LES FONDAMENTAUX DE L'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE

Durée 2 jours présentiel + 0,5 jour à distance

Niveau Fondamentaux du métier

SAINT-LAURENT-DU-VAR
Code IEL : 20:0L4D0113
09-10/02/26

Samir Yacoubi
DELEGATION PACA
04 93 14 03 06

SORGUES
Code IEL : 20:0L4D0112
03-04/12/26

Yannick Amat
DELEGATION PACA
04 90 39 79 05

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : 0L4D0

PUBLIC

- agents amenés à rédiger des supports de communication,
- chargées et chargés de communication en prise de poste.

OBJECTIFS

- utiliser avec aisance les différents genres rédactionnels en fonction des supports et des cibles,
- bâtir l'architecture de son message,
- hiérarchiser l'information,
- améliorer son style.

CONTENU

- les enjeux de la communication et les fondements d'un média d'information,
- les principes du journalisme,
- les méthodes d'écriture,
- le choix d'un angle, l'utilisation et la variété des genres journalistiques,
- le style, les techniques rhétoriques,
- hiérarchisation de l'information, l'utilisation des guideline,
- le respect des règles linguistiques (orthographe, grammaire et orthotypographie).

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance sous forme d'un module de e-formation et d'une e-communauté de stage accessibles depuis la plateforme numérique d'apprentissage du CNFPT et complétée par 2 jours en présentiel.

PRÉ-REQUIS

disposer d'une adresse mail individuelle et d'un accès à Internet.

LE BUDGET DE COMMUNICATION

Durée 2 jours présentiels + 1 jour à distance

Niveau Fondamentaux du métier

DUNKERQUE
Code IEL : 83:SX4CB001
19-20/01/26

Sybille DOSSA
HAUTS DE FRANCE
03 20 15 69 85

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : SX4CB

PUBLIC

Responsables de communication, chargées et chargés de communication.

OBJECTIFS

- acquérir ou revoir les fondamentaux d'un budget
- préparer le budget "communication" de sa collectivité
- évaluer et suivre ce budget
- le présenter et le défendre au sein de sa collectivité

CONTENU

- les notions de base d'un budget et des mécanismes budgétaires des collectivités
- l'approfondissement de notions fondamentale budgétaires en fonction des attentes du groupe en formation
- la traduction des actions du plan de communication en opérations budgétaires
- l'évaluation des besoins financiers
- la préparation du budget en utilisant une matrice
- le suivi de l'évolution des dépenses et l'ajustement du budget
- la présentation du budget en fonction de ses destinataires et de son mode de présentation (écrit ou oral)
- la négociation de ce budget

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cette formation fait l'objet d'un temps à distance composé d'une e-formation et d'une e-communauté de stage.

PRÉ-REQUIS

Disposer d'une adresse électronique individuelle, d'un ordinateur et d'une connexion internet. Être en situation professionnelle d'élaboration, de suivi et d'évaluation d'un budget de communication pour son service ou une action d'envergure (événementiel par exemple).

LA MISE EN OEUVRE D'UNE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE SOUCIEUSE D'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Durée **2 jours**

Niveau Approfondissement

PARIS
Code IEL : 84:SXY4F016
09/11/26+10/11/26

Sabine TOUNY
ILE-DE-FRANCE
01 60 78 99 13

Code stage : SXY4F

PUBLIC

Responsables de communication, chargées et chargés de communication.

OBJECTIFS

- prendre la mesure des inégalités,
- analyser les fondements de la communication inégalitaire,
- identifier les enjeux et bénéfices d'une communication égalitaire,
- analyser le fonctionnement de la communication inégalitaire sexuée dans les supports de la collectivité,
- élaborer une communication interne et externe égalitaire,
- transférer les acquis dans son contexte et sa pratique professionnels,
- inscrire la démarche de communication égalitaire dans un cadre élargi.

CONTENU

- les chiffres des inégalités professionnelles,
- le cadre et les préconisations légales,
- les termes et concepts clés,
- le fonctionnement comparé du français et de différentes langues,
- les représentations sexuées stéréotypées,
- les enjeux et bénéfices d'une communication égalitaire,
- l'analyse du fonctionnement sexué du texte et de l'image,
- la méthodologie de production d'une communication égalitaire,
- les bonnes pratiques de communication égalitaire,
- les ressources documentaires et les réseaux d'acteurs.

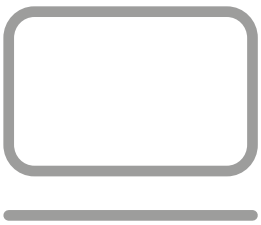
MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- apports de connaissances,
- activités ludo-pédagogiques,
- études de cas pratiques,
- mises en situation professionnelles : analyse et production de documents de communication,
- retours d'expériences,
- échanges de pratiques.

PRÉ-REQUIS

Aucun

VOS CONTACTS



Pour un conseil, une formation
et pour toute information,
Contactez le CNFPT **en cliquant ici**