

Offre de *service*

+ d'informations sur cnfpt.fr

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

Durée 24 heures à distance

Niveau Approfondissement

FORMATION À DISTANCE
Code IEL : 82:DADOW009
Plateforme en ligne ouverte
du 24/08 au 31/10/26

Chrystelle GOBERT
GRAND EST

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : DADOW

PUBLIC

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

OBJECTIFS

Concevoir, gérer et piloter un projet web :

- analyser et comprendre le contexte du projet internet/intranet,
- réaliser un diagnostic de l'existant et une analyse du besoin,
- construire les objectifs stratégiques du projet,
- réaliser un benchmark des différents types de sites internet en identifiant les tendances actuelles,
- élaborer l'architecture d'un cahier des charges de réalisation du projet,
- appréhender les aspects essentiels de l'environnement technologique du web et des possibilités qui s'offrent pour la construction de sites,
- utiliser la méthodologie et les étapes pour gérer et mettre en œuvre le projet.

CONTENU

- le projet web de sa collectivité,
- l'état des lieux de l'existant et le diagnostic du besoin des demandeurs-utilisateurs du point de vue du contenu et de la forme,
- l'élaboration d'une stratégie,
- les différents types de sites internet et leurs caractéristiques,
- le cahier des charges du projet et les outils pour sa préparation,
- les éléments essentiels de l'environnement technique du projet,
- la gestion et la mise en œuvre du projet.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apprentissage en autoformation, grâce à des supports, des ressources documentaires, des exercices individuels ou en groupe.Approfondissement en classe virtuelle, s'appuyant sur des exercices pratiques, des questions-réponses, des partages d'expériences, des "sondages et des temps portant sur les points à retenir.Evaluation des acquis lors des regroupements et par sondage Google Form.E-communauté de stage.

PRÉ-REQUIS

Etre en situation professionnelle de conception, de gestion et de pilotage d'un projet web (création ou adaptation) pour sa collectivité.Disposer d'une adresse électronique individuelle.Avoir la possibilité d'utiliser des navigateurs autres qu'Internet Explorer (comme Google Chrome, Edge, etc.), pour l'accès aux e-ressources dans la plateforme d'apprentissage Formadist.

LA COMMUNICATION ET LE MARKETING TERRITORIAL AU SERVICE DE L'ATTRACTIVITÉ DES COLLECTIVITÉS

Durée 2 jours

Niveau Fondamentaux du métier

REIMS
Code IEL : 82:A6A19006
03-04/09/26

Chrystelle GOBERT
GRAND EST

Code stage : A6A19

PUBLIC

Responsables de la communication, chargées et chargés de communicationResponsables en charge de la mise en place d'un projet de marketing territorial

OBJECTIFS

- Connaître et utiliser les leviers de la communication et du marketing pour développer l'attractivité de son territoire dans une logique de développement économique, social, environnemental, touristique.
- Créer une véritable identité de territoire, en clarifiant les valeurs, la mission et la vision de la collectivité.
- Choisir les canaux de communication adéquats pour diffuser l'image de marque de la collectivité en fonction des cibles identifiées.
- Diffuser une vision collective forte sur les réseaux sociaux.

CONTENU

- Définitions et enjeux du marketing territorial.
- Diagnostic et définition de sa plateforme de marque.
- Élaboration de sa stratégie et promotion du territoire.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'exposés théoriques et pratiques
- Partage d'expériences
- Travaux sur les valeurs de la collectivité
- Outils d'aide à la création de sa stratégie
- Réflexion sur les actions concrètes à mettre en place dans son environnement

PRÉ-REQUIS

Aucun

LES PRINCIPES FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION EN CONTEXTE DE CRISE

Durée 2 jours présentiels + 1 jour à distance

Niveau Fondamentaux du métier

STRASBOURG
Code IEL : 82:0L41N019
10-11/09/26

Chrystelle GOBERT
GRAND EST

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : 0L41N

PUBLIC

Responsables de communication, chargées et chargés de communication, tout agent en charge de la communication quelle que soit la taille de sa collectivité.

OBJECTIFS

- définir et mettre en œuvre une stratégie de communication de crise adaptée à la taille de sa collectivité et à ses enjeux; plus spécifiquement :
- définir ce qu'est une crise en communication et en identifier les grandes phases,
- identifier l'organisation à mettre en place dans un contexte de crise,
- élaborer une stratégie de communication,
- gérer et mettre en œuvre cette stratégie de façon opérationnelle, en mobilisant les moyens de communication adaptés,
- gérer l'après-crise en établissant un bilan et un retour d'expérience.

CONTENU

- une crise en communication : définition et caractéristiques,
- l'organisation d'une communication en contexte de crise,
- les besoins d'une collectivité pour anticiper une crise,
- la stratégie de communication en contexte de crise,
- la gestion de la communication de crise,
- la mise en œuvre d'une communication de crise : axes incontournables,
- la gestion de l'après-crise.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- apprentissage en auto-formation, grâce à des supports et des ressources pédagogiques en ligne,
- approfondissement en présentiel,
- logique de formation-action : travaux individuels et en sous-groupe,
- e.communauté de stage pour permettre une dynamique de groupe et des échanges,
- création pour chaque stagiaire de sa feuille de route de communication de crise, qu'il conservera avec lui et à partir de laquelle il pourra sensibiliser son entourage professionnel.

PRÉ-REQUIS

Etre en situation professionnelle d'élaboration et de conduite d'une stratégie de communication pour sa collectivité. Disposer d'une adresse courriel individuelle, d'un ordinateur et d'une connexion internet.Avoir la possibilité d'utiliser des navigateurs autres qu'Internet Explorer (comme Google Chrome, Edge, etc.) pour accéder aux e.ressources de la plateforme d'apprentissage Formadist.

L'USAGE DE LINKEDIN DANS LA COMMUNICATION DES COLLECTIVITÉS

Durée 2 jours distanciels

Niveau Fondamentaux du métier

FORMATION À DISTANCE
Code IEL : 82:DADLK006
Plateforme en ligne ouverte
du 14/09 au 24/10/26

Chrystelle GOBERT
GRAND EST

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : DADLK

PUBLIC

Responsables, chargées et chargés de communication de collectivités

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.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et cas pratiques

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.

ELABORATION ET RÉDACTION D'UN BULLETIN MUNICIPAL

Durée 3 jours

Niveau Expertise

COMMERCY
Code IEL : 82:A6B2X003
05-07/10/26

Chrystelle GOBERT
GRAND EST

Code stage : A6B2X

PUBLIC

Agent.e.s en charge de la réalisation d'un bulletin municipal.

OBJECTIFS

- Connaître la méthodologie de la construction d'un support d'information municipale.
- Mettre en place la méthodologie appropriée et réaliser le support.
- Piloter et suivre la réalisation du support.

CONTENU

- Liens entre projet éditorial rédactionnel et projet politique.
- Aspects éditoriaux :
  - objectifs d'un bulletin municipal,
  - équipe de pilotage,
  - contenu,
  - correspondants,
  - liens avec d'autres supports.
- Aspects organisationnels :

. comité de rédaction, . rétro-planning, grille graphique.

- Aspects rédactionnels :
  - style, illustration, maquette,
  - construction d'un article et écriture journalistique.
- Les phases de réalisation.
- Aspects juridiques : la législation de la presse.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Apports théoriques et exercices pratiques

PRÉ-REQUIS

-

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE GÉNÉRATIVE POUR LES COMMUNICANTS - NIVEAU 2

Durée **Classes virtuelles**

Niveau Fondamentaux du métier

FORMATION À DISTANCE
Code IEL : 82:A6A1L002
Plateforme en ligne ouverte
du 16/06 au 03/08/26

Chrystelle GOBERT
GRAND EST

FORMATION À DISTANCE
Code IEL : 82:A6A1L003
Plateforme en ligne ouverte
du 13/10/25 au 16/11/26

Chrystelle GOBERT
GRAND EST

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : A6A1L

PUBLIC

- Responsables de la communication
- Chargées et chargés de communication.
- Chargées et chargés de publication.

OBJECTIFS

- Créer et piloter une stratégie de communication intégrant l'IA générative en toute responsabilité.
- Maîtriser le prompt engineering avancé.
- Produire des contenus multicanaux complexes.
- Automatiser des workflows en combinant IAG et scénarios No-code.

CONTENU

- Perfectionner ses techniques de prompt engineering.
- Automatiser ses tâches répétitives.
- Construire une charte d'usage responsable de l'IA adaptée à sa collectivité (RGPD, IA Act, transparence citoyenne).
- Explorer les usages émergents (chatbots citoyens, contenus immersifs, IA multimodale).
- Le programme est amené à évoluer en fonction de l'actualité.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Classes virtuelles animées par un formateur.
- Apports théoriques et mise en pratique.

PRÉ-REQUIS

- Formation à distance nécessitant connexion internet, micro et caméra, et dans l'idéal un 2è écran.
- Formation destinée aux communicants déjà initiés à l'IA générative.
- Être à l'aise avec la communication publique multicanal.

LA RÉALISATION DE PHOTOS AVEC UN SMARTPHONE À USAGE PROFESSIONNEL

Durée 2 jours

Niveau Fondamentaux du métier

CHARLEVILLE-MÉZIÈRES
Code IEL : 82:SXGPV004
15-16/10/26

Chrystelle GOBERT
GRAND EST

Code stage : SXGPV

PUBLIC

Responsable, agentes et agents de communication en collectivité.

OBJECTIFS

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

CONTENU

Initiation à la photo avec smartphone :

- réglage de l'appareil : mode automatique/manuel,
- la définition du sujet ; les règles d'une prise de vue réussie,
- les accessoires,
- notions de droit d'auteur et de droit à l'image,
- enregistrement et partage sur les réseaux sociaux.

PRÉ-REQUIS

- obligatoire : être équipé d'un smartphone récent (3-4 ans maximum),
- préparer son smartphone : smartphone chargé, mémoire disponible, chargeur, câble USB pour transférer les données,
- optionnel : apporter ses accessoires (poignée de stabilisation, trépied)

LA PRISE DE VUE NUMÉRIQUE - PERFECTIONNEMENT

Durée 3 jours

Niveau Approfondissement

CHAUMONT
Code IEL : 82:A6B2R005
24-25-26 novembre 2026

Chrystelle GOBERT
GRAND EST

Code stage : A6B2R

PUBLIC

Responsables, chargés de communication, chargé de contenus éditoriaux souhaitant perfectionner leurs techniques de prise de vue.

OBJECTIFS

- Aller plus loin dans la connaissance et l'utilisation de son matériel de prise de vues,
- réaliser des prises de vue d'une qualité professionnelle,
- connaître les modes de traitement informatique pour sublimer ses prises de vues.

CONTENU

- La prise de vue numérique en mode expert
- La technique de la prise de vue
- De l'appareil photo à l'ordinateur : le traitement des photos avec Photoshop et Lightroom

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Exposé, méthodologie, mises en situation et prises de vues extérieures, partage d'expériences,

PRÉ-REQUIS

Avoir suivi la formation "Réalisation de photos à objectif professionnel" code OL465 ou une formation équivalente.

L'APPROFONDISSEMENT DES TECHNIQUES D'ÉCRITURE JOURNALISTIQUE

Durée 1 jour à distance + 2 jours en présentiel

Niveau Approfondissement

DIJON
Code IEL : 81:0L4D1040
15-16/03/27

Chrystelle GOBERT
BOURGOGNE FRANCHE COMTE
03 25 83 10 98

Une adresse couriel personnelle est nécessaire à l'inscription

Code stage : 0L4D1

PUBLIC

- chargées et chargés de communication,
- responsables de communication,
- agents chargés de la rédaction d'articles dans le cadre de la communication institutionnelle.

OBJECTIFS

- améliorer ses compétences en écriture journalistique,
- travailler les variantes en termes de genre, de style, d'utilisation des différentes techniques d'écriture et en s'adaptant à différentes contraintes.

CONTENU

- bref rappel sur l'écriture journalistique,
- critères d'une écriture efficace et mise en application,
- maîtrise de la structure des articles et des phrases,
- le titre: un préalable essentiel,
- l'attaque et la chute: soigner leur rédaction et leur pertinence,
- rédaction d'une accroche,
- la libération de son écriture: recours au sens, à l'imagination et aux clins d'oeil.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- une journée de formation à distance sur la plateforme numérique d'apprentissage du CNFPT avec mise en ligne de ressources pédagogiques,
- deux jours de formation en présentiel (avec une intersession de 15 jours),
- une plateforme e-communauté pour échanger, partager ses expériences et ses interrogations entre stagiaires et avec le formateur.

PRÉ-REQUIS

- technique :
  - disposer d'une adresse mail individuelle et d'un accès à Internet,
- pédagogique :
  - avoir une expérience dans l'écriture journalistique,
  - utiliser avec aisance les différents genres rédactionnels en fonction des supports et des cibles.