



OPTION 5 : COMMUNICATION PUBLIQUE

OBJECTIF : Acquisition de compétences supplémentaires pour répondre aux besoins liés à la communication publique

- ✓ Option mise en place à partir de 5 inscrits
- ✓ Possibilité de conventionnement pour un stage complémentaire dans ce secteur d'activités

DEBOUCHES : Rédacteur de bulletins municipaux, gestionnaire de sites web, collaborateur de cabinet, directeur de la communication, chef de service communication, attaché de presse

CONTENU PEDAGOGIQUE :

18 h

- ✓ Connaissances juridiques : 1 journée
- ✓ Connaissances pratiques : 2 journées

SOMMAIRE :

1. LE DROIT DE LA COMMUNICATION PUBLIQUE

Introduction générale au droit de la communication publique

1.1. Une liberté de communication publique régulée

- 1.1.1. Rappels des principes généraux de régulation de la communication publique
- 1.1.2. La régulation de la communication publique sur Internet

1.2. La communication publique en campagne électorale

- 1.2.1. Les principes généraux issus du Code électoral
- 1.2.2. Le Code électoral et la communication électronique

1.3. La communication publique des élus hors campagne électorale

- 1.3.1. L'organisation de la communication publique territoriale
- 1.3.2. Communication publique et déroulement du Conseil municipal
- 1.3.3. Les spécificités de la communication publique territoriale

2. LES CONNAISSANCES PRATIQUES

Introduction : Les métiers de la communication publique

2.1. La charte graphique

- Le logotype
- sa déclinaison
- la typographie
- la mise en page

2.2. Le plan de communication

2.3. La communication externe

- Le bulletin municipal et les publications
- Le site internet (éléments non techniques)
- L'évènementiel : affiches et flyers, invitations, liens avec les associations, marché de Noël, spectacles, vernissages...
- Les réseaux sociaux
- La newsletter
- Les vidéos

2.4. La communication interne

- Le journal interne et la newsletter
- Les notes internes et circulaires
- L'organigramme RH

2.5. Les relations avec la presse

- Les communiqués de presse
- Les conférences de presse : place de l' élu, place de l'agent, associations

2.6. L'open data

- Théorie et exemples

2.7. Exemples de recrutement

COUT DE L'OPTION 5 :

270 € / participant