

4J **Piloter la fonction communication**

Maîtrisez les méthodes pour gérer les équipes, les budgets, les procédures...

Les activités de communication n'échappent pas aux règles de l'entreprise : elles doivent être gérées avec efficacité. C'est particulièrement vrai en période économique difficile, où les dirigeants attendent des hommes et femmes de communication une productivité accrue. Ce module a pour ambition de vous aider à mettre en place la bonne organisation pour votre service, à traquer les coûts inutiles et à travailler au mieux avec les prestataires de services. Enfin, une bonne gestion, c'est une gestion juridiquement sans faille. Evitez donc les pièges du droit de la communication grâce aux conseils de notre expert.

1J	<p>< Nouveaux enjeux et nouvelles pratiques : management de l'information & de la connaissance dans l'entreprise ></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Les nouveaux statuts de l'information et de la communication. ▶ Comment organiser sa recherche d'information stratégique en ligne ? Organiser son benchmarking ? Prioriser et organiser ses actions à partir d'une commande globale ? Organiser l'échange et les relations avec son supérieur à partir des projets initiés ? Comment partir d'une demande générale pour la traduire en brief de communication ? Comment piloter ses actions de communication en tenant compte des autres services ? Comment partir d'une commande et la traduire en enjeux de communication ? 	<p>Akim CHEKHAB Consultant en management de la communication.</p>
1J	<p>< L'organisation et la promotion de la fonction communication ></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Historique de la fonction communication et environnement (médias, nouvelles technologies...). ▶ Quel rattachement pour la fonction communication ? ▶ Les missions et l'organisation de la direction de la communication. ▶ Le management de la communication et les outils de management. ▶ L'animation et les méthodes (organiser, animer, coordonner, évaluer...). ▶ La promotion de la communication (la valorisation, les moments...). 	<p>Pierre-Antoine RAGUENEAU Directeur de la communication du Conseil Général du Loiret.</p>
1J	<p>< Le budget communication ></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Quel budget demander, comment le segmenter, quels choix faire, comment le justifier ? <p>La méthodologie de l'élaboration budgétaire, la répartition par poste, l'état des lieux des investissements de communication, l'arbitrage des moyens, la présentation du plan d'actions, la validation budgétaire, la consommation budgétaire, le bilan, l'optimisation budgétaire.</p>	<p>Pierre-Antoine RAGUENEAU Directeur de la communication du Conseil Général du Loiret.</p>
1J	<p>< Le droit de la communication ></p> <p>Comprendre les règles juridiques pour communiquer sans risque : droit de la propriété intellectuelle, législation informatique et libertés, droit de la presse, droit de la personnalité, droit des contrats, droit de la consommation. Quelles sont les conditions juridiques pour qu'un mailing soit licite ? Quelles questions se posent avant d'insérer une musique, une photo, un texte sur le web ou une plaquette ? Comment protéger son site, sa campagne de communication, ses publications ? Quels sont les dépôts obligatoires pour les publications ? Comment rédiger une demande d'autorisation ? Les limites du droit à l'image des biens et des personnes...</p>	<p>Ambroise SOREAU Avocat au Cabinet Henri Leclerc et Associés.</p>

< Les objectifs >

- ▶ Piloter avec efficacité et cohérence la fonction communication (l'organigramme, le rattachement de la fonction communication, les réseaux de correspondants, l'animation du service...).
- ▶ Valoriser la communication pour la mettre en oeuvre dans les meilleures conditions. Mener une réflexion sur la mission des personnes en charge de la communication.
- ▶ Maîtriser les méthodes pour gérer au plus juste le budget communication et traquer les coûts.
- ▶ Maîtriser le cadre juridique de vos campagnes, de vos outils, de vos supports de communication.