

BULLETIN D'INSCRIPTION
à envoyer à l'ISTC, 81 boulevard Vauban - 59000 Lille

> Je souhaite m'inscrire à la formation continue au métier
de Responsable Communication

Cycle 2010/2011 : du 15 octobre 2010 au 11 février 2011

> PARTICIPANT

Nom

Prénom

Fonction

Téléphone

Mail

> ENTREPRISE

Nom

Adresse

Code Postal

Ville

Téléphone

Code NAF

SIRET

Responsable Formation de l'entreprise

Responsable Communication de l'entreprise

> ADRESSE DE FACTURATION OU ORGANISME À FACTURER

Organisme

Adresse

Code Postal

Ville

Téléphone

Cachet de l'entreprise (obligatoire) et signature

À, le

La signature de ce document vaut acceptation des modalités d'inscription.

LES PARTENAIRES



Intégré à l'Université Catholique de Lille, l'ISTC forme depuis dix-sept ans les étudiants de bac à bac +5 aux différents métiers de la communication : relations publiques, communication produit, conception-rédaction, communication institutionnelle, relations presse, communication interne, lobbying, communication financière...
www.istc.fr



Créée en 1997, l'agence Caillé associés conseille les organismes et entreprises dans l'élaboration et l'application de leur politique de communication. Spécialisée dans la communication institutionnelle, la communication interne et la presse d'entreprise, son équipe propose et transmet aussi son expertise technique au sein du centre de formation l'atelier Caillé associés.
www.cailleassocies.fr

Pour en savoir plus,
Guy Maertens
Tél. : 03 20 54 32 32
guy.maertens@istc.fr

CYCLE DE
PROFESSIONNALISATION
AU MÉTIER DE
Responsable
Communication
10/11

Une formation de :
70 HEURES
15 SÉANCES

→ 15 octobre 2010 au 11 février 2011

Inscrivez-vous !



CYCLE DE PROFESSIONNALISATION AU
MÉTIER DE RESPONSABLE COMMUNICATION

La parole aux participants !

Réponse adaptée à leurs projets et à leurs niveaux de connaissances. Rythme et contenu de la formation dynamiques et efficaces. La convivialité en plus ! Nos participants témoignent.

"Grâce à cette formation, j'ai gagné en confiance. Je suis parée pour réaliser de nouveaux projets de communication !"
Carine, chargée de communication interne et recrutement. (Promo 1)

"Mon discours communication est devenu audible et crédible en interne."
Laurence, nutritionniste en charge de la communication nutritionnelle d'un groupe agro-alimentaire. (Promo 1)

"Cette formation m'a appris à travailler de manière méthodologique. Elle conforte mon choix de réorientation professionnelle."
Nicole, chargée de clientèle, en conversion. (Promo 2)

Pour qui ?

Les professionnels évoluant vers la fonction communication sans en avoir reçu les fondamentaux,

Les communicants souhaitant consolider ou approfondir leurs connaissances et leur expérience,

Les porteurs de projet voulant intégrer la dimension communication pour réussir le développement de leur activité.

Quand ?

Cycle 2010-2011

→ du 15 octobre 2010 au 11 février 2011
Les vendredis de 13h30 à 18h30

Où ?

Caillé associés

56 rue des Eaux - 59000 Lille
Tramway : Buisson



LES INTERVENANTS ISTC



Virginie Duret (DEA marketing)
> Enseignante en stratégie marketing et marketing opérationnel



Caroline Dusautoir (MBA)
> Enseignante en marketing



Agnès Haulon (CELSA)
> Enseignante en communication



Vincent Platel (avocat au Barreau de Lille)
> Droit de la communication

LES INTERVENANTS CAILLÉ ASSOCIÉS



Pascal Caillé (IDA-CFPJ)
> Directeur Caillé associés



Anita Groff (CELSA)
> Consultante et Responsable pédagogique Caillé associés



Florence Wozniak (IESEG)
> Directrice de clientèle Caillé associés

LES INTERVENANTS INVITÉS



Philippe Cadou (IFP)
> Directeur RH et communication de Monabank



Philippe Colpaert
> Directeur de la société Approche Média, conseil et achat d'espaces publicitaires



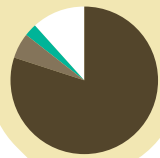
Annick Croenne
> Consultante et créatrice du cabinet conseil RH7 Conseil



Jean-Dimitri Dewavrin (IAE)
> Responsable marketing et nouvelles technologies de Cofidis et blogger avec google.fr



Jean-Christophe Pineau (AUDENCIA)
> Créateur de la société Flagrants Délices, spécialiste en e-commerce



Une formation de 70 h composée de :

- 56 h de cours interactifs
- 4 h de coaching collectif
- 2 h de coaching individuel
- 8 h de soutenance et bilan de la formation

Accompagné(e) par un intervenant-tuteur, vous **élaborez votre propre plan de communication**. Vous le présentez et l'enrichissez lors de la dernière séance consacrée au bilan de formation.

PROGRAMME	DURÉE
COMMUNICATION GLOBALE (2 SÉANCES) Jour 1 : La stratégie globale et la communication . Qu'est-ce que le marketing ? Tendances . Quelles sont les différentes formes de communication ? Jour 2 : La stratégie de communication et les outils . L'audit de communication, les cibles et les messages . Les différents outils de communication existants, media et hors media. Tendances . La communication multi canal	10 H
COMMUNICATION DE MARQUE (4 SÉANCES) Jour 3 : La communication et le marketing . Qu'est-ce que le marketing ? Tendances . La stratégie marketing et la communication au sein du marketing Jour 4 : La marque et le produit . Le marché, le positionnement, la concurrence : valeurs et identité de la marque . Le mix produit et le mix communication Jour 5 : Le plan média et le web . Le media-planning . Le e-marketing Jour 6 : Les nouvelles formes de communication et le droit de la communication . Les nouvelles façons de concevoir la communication . Le choix et la protection de la marque	20 H
COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE (3 SÉANCES) Jour 7 : Les enjeux et la mise en place de la communication institutionnelle. . Qu'est-ce que la communication institutionnelle ? Enjeux, tendances . La communication d'image : événementiel, relations publiques, sponsoring, mécénat Jour 8 : La communication RH et la communication presse . La communication RH : attirer, convaincre les nouveaux collaborateurs et fidéliser Jour 9 : Les communications sensibles . La communication financière . La communication environnementale . La communication de crise	15 H
COMMUNICATION INTERNE (3 SÉANCES) Jour 10 : La politique de communication interne et la stratégie globale . Le plan de communication interne et les objectifs stratégiques d'information et d'implication des collaborateurs . Les contraintes et les limites juridiques à la liberté d'expression Jour 11 : Les outils de communication interne . Les supports de communication interne adaptés aux spécificités de l'organisation . La complémentarité des outils. Tendances Jour 12 : Le management de la communication interne et les objectifs de qualité . L'identification des relais de communication de proximité et l'implication de tous les collaborateurs . L'audit et les outils de mesure d'efficacité de la communication interne	15 H
DURÉE TOTALE DES COURS (DONT 4 H DE COACHING COLLECTIF)	60 H
SOUTENANCE ET BILAN DE LA FORMATION	8 H
COACHING INDIVIDUEL	2 H
DURÉE TOTALE DE LA FORMATION	70 H

MODALITÉS D'INSCRIPTION

> INSCRIPTION

Les inscriptions sont enregistrées dans la mesure des places disponibles et dans l'ordre de réception des demandes. Elles sont considérées comme définitives à réception du bulletin d'inscription.

Une convention de formation est adressée en retour au signataire de la demande d'inscription.

> Prix

3 600 euros HT (4 305,60 euros TTC)

Ce prix couvre les frais pédagogiques et les supports de cours remis aux stagiaires. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date de facturation.

> Conditions de règlement

Le montant TTC de la formation doit être réglé par chèque à l'ordre de l'ISTC : 50% à l'inscription, le solde au terme de la formation. Tout retard de paiement entraînera la majoration du montant restant du des intérêts au taux légal jusqu'à complet paiement. En cas de facturation à un organisme payeur, l'entreprise s'engage à effectuer les démarches nécessaires à la prise en charge et au règlement de la facture que l'ISTC adressera à l'organisme payeur. En cas de défaillance de l'organisme payeur, l'entreprise s'engage à régler les sommes dues dans les délais initiaux prévus. En cas d'absence partielle du stagiaire, l'entreprise s'engage à régler la totalité du stage.

> Annulation

Pour être effective, toute annulation de participation à la formation doit être confirmée par lettre ou télécopie. Pour tout désistement intervenant moins de 15 jours ouvrables avant le début de la formation, l'ISTC exigera 50% du montant total de la formation.

> Attestation

Dès la fin de la formation, l'ISTC remet au stagiaire une attestation de présence et une attestation de formation.

> Assurance et responsabilité

Pendant la formation, le stagiaire reste sous la responsabilité juridique de son employeur.

> Litiges

Les litiges ne pouvant être réglés à l'amiable entre les deux parties seront du ressort du tribunal compétent.

> **Numéro de déclaration d'activité : 31590233059**