



MARKETING ET COMMUNICATION PUBLICS

Sous la direction du Professeur Martial Pasquier

12 vendredis > du 23 septembre au 16 décembre 2016

CAS

CERTIFICATE
OF ADVANCED
STUDIES

Unil

UNIL | Université de Lausanne

IDHEAP

Institut de hautes études
en administration publique



MARKETING ET COMMUNICATION PUBLICS

CONTEXTE ET THÉMATIQUE

Première partie du cours: le marketing public

Le marketing des prestations publiques, le marketing urbain et territorial, le marketing culturel, le marketing social, le marketing des organisations à but non lucratif, etc. ont ensemble au moins une caractéristique: la relation qui s'instaure entre l'administration ou l'organisation publique et le citoyen n'est pas, en principe, de nature commerciale. Avec le développement des prestations des organisations publiques et les réformes opérées dans la gestion des organisations publiques (nouvelle gestion publique), la connaissance et la gestion de ces relations prennent de plus en plus d'importance.

En effet, tant les relations entre les organisations publiques et les citoyens (comme par exemple la notion de citoyen-client) que les échanges eux-mêmes (perception de l'administration comme prestataire de services) évoluent et nécessitent une meilleure compréhension des besoins et du comportement des utilisateurs de la prestation et une démarche marketing professionnelle.



MARKETING ET COMMUNICATION PUBLICS

CONTEXTE ET THÉMATIQUE (SUITE)

Deuxième partie du cours: la communication publique

Parmi l'ensemble des instruments du marketing, la communication est, sans aucun doute, le plus important pour les administrations publiques (activités de relations publiques, campagnes de prévention, informations sur les prestations fournies, etc.). Du fait de la masse croissante d'informations véhiculées et avec l'augmentation du nombre de supports à disposition, les tâches de communication sont de plus en plus complexes à maîtriser et font appel à des modèles et techniques sophistiqués. Les sessions consacrées à la communication publique traiteront à la fois des types de communication importants pour l'administration (communication institutionnelle, communication de crise, communication interne) et des instruments de la communication (relations publiques, publicité, relations personnelles, etc.).

Durant le cours, un séminaire consacré spécifiquement aux relations avec les médias sera organisé: quelles sont les attentes des médias et des journalistes? Comment faire passer mon message? Quels sont mes droits par rapport aux médias? Les deux journées consacrées aux relations avec les médias feront une large place à des exercices dirigés par un professionnel.

OBJECTIFS

- Comprendre les particularités du marketing des organisations publiques.
- Connaître les principaux instruments et techniques de la recherche de marché et du marketing.
- Être capable de développer un concept de marketing pour une prestation publique ou une prestation d'une organisation à but non lucratif.
- Connaître les modèles de base et les instruments de la communication.
- Être capable de développer un concept de communication pour une organisation publique ou une organisation à but non lucratif.
- Développer des compétences dans les relations avec les médias.

PUBLIC CIBLE

- Participant·e·s du MAS en administration publique MPA de l'IDHEAP.
- Responsables politiques et administratifs en charge d'activités de communication.
- Cadres dans les entreprises publiques ou dans les organisations à but non lucratif.
- Cadres dans les entreprises travaillant avec ou pour le secteur public.

SOMMAIRE

Première partie: le marketing public (5 sessions)

- Les caractéristiques et les limites du marketing public.
- Les concepts de base: le modèle du marché, l'orientation marché, les instruments du marketing.
- Les sondages d'opinion et les études de marché.
- Les modèles de comportement.
- La stratégie et les instruments du marketing dans le secteur public.

Deuxième partie: la communication publique (5 sessions)

- Les bases de la communication publique.
- Le modèle de la communication et la symbolique.
- Les instruments de la communication.
- La stratégie de communication.
- La communication de crise.

Troisième partie: les médias (2 sessions)

- Les relations avec les médias.
- La participation à des interviews avec la presse écrite et les médias audiovisuels media training.

INTERVENANT·E·S

Le cours est animé par le Professeur Martial Pasquier de l'IDHEAP. Les personnalités suivantes donneront une conférence ou feront une intervention dans le cours:

- **Christophe Alaux**, Maître de conférence, IMPGT, Université Aix-Marseille.
- **Jean-Luc Moner-Banet**, Directeur général, Loterie romande.
- **Jean-Blaise Held**, Codirecteur de MicroPlume et chargé de cours à l'Université de Fribourg.

>>>

- **Ian Hennin**, Responsable Marketing voyageurs, CarPostal Berne.
- **Ewout Kea**, CEO, Billag.
- **Laurent Koutaïsof**, Chef du Bureau d'information et de communication, Etat de vaud.
- **Cathy Maret**, Cheffe du service communication et médias, Office fédéral de la police
- **Erik Reumann**, Porte-parole du Conseiller fédéral Johann Schneider-Amman, Président de la Confédération
- **Jean-Christophe Sauterel**, Commissaire, Chef Direction prévention et communication, Police cantonale VD.

MÉTHODES D'ENSEIGNEMENT

Chaque journée d'enseignement sera consacrée à un thème précis. Les participant·e·s seront invités à préparer ces journées par des lectures et par des présentations actives durant le cours. Des travaux de groupe sont aussi prévus lors de chaque journée d'enseignement.

ATTESTATION, CERTIFICAT

La participation active et régulière à la formation ainsi que la réalisation d'un projet individuel permettent l'obtention d'un certificat de formation continue/Certificate of Advanced Studies (CAS) en Administration Publique avec mention de la spécialisation délivré par la FCUE et correspondant à 10 crédits ECTS (European Credit Transfer System).

Les participant·e·s ayant suivi la formation mais qui renoncent à la réalisation d'un projet individuel ou en groupe, reçoivent une attestation de présence (sans crédits ECTS). Quant aux étudiant·e·s MPA ils/elles sont tenu·e·s de présenter un travail trimestriel relatif aux sujets traités dans le cours.

RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

Conditions d'admission

Le cours est ouvert à toute personne au bénéfice d'un diplôme universitaire ou d'une expérience professionnelle équivalente.

Lieu, dates et horaires

12 vendredis, du 23 septembre au 16 décembre 2016. De 9 h 15 à 16 h 15 dans le bâtiment IDHEAP sur le campus.

Délai d'inscription

9 septembre 2016. Les demandes d'inscription seront traitées par ordre d'arrivée. La décision d'admission sera communiquée avant le 16 septembre 2016.

Finance d'inscription

CHF 3'800.– (documentation comprise) à verser dès réception de la facture mais au plus tard avant le début du cours. Tout désistement doit être annoncé par écrit. Si un désistement est annoncé entre 21 et 10 jours avant le début du cours, le 10% de la finance est dû. Si un désistement est annoncé moins de 10 jours avant le début du cours, la finance d'inscription est entièrement due.

Renseignements complémentaires

Prof. Martial Pasquier. Tél: 021 692 68 80. Courriel: martial.pasquier@unil.ch

FORMULAIRE D'INSCRIPTION AU CAS «MARKETING ET COMMUNICATION PUBLICS»

Nous privilégions les inscriptions en ligne : www.unil.ch/idheap/mcp.

A retourner avant le 9 septembre 2016 à l'adresse suivante : Institut de hautes études en administration publique, Bâtiment IDHEAP, UNIL, CH-1015 Lausanne.

Nom : _____

Prénom : _____

Date de naissance : _____

Nationalité (lieu d'origine) : _____

Adresse privée : _____

Employeur : _____

Fonction actuelle : _____

Adresse professionnelle : _____

Tél privé : _____

prof : _____

Courriel : _____

Facturation à l'adresse privée

professionnelle

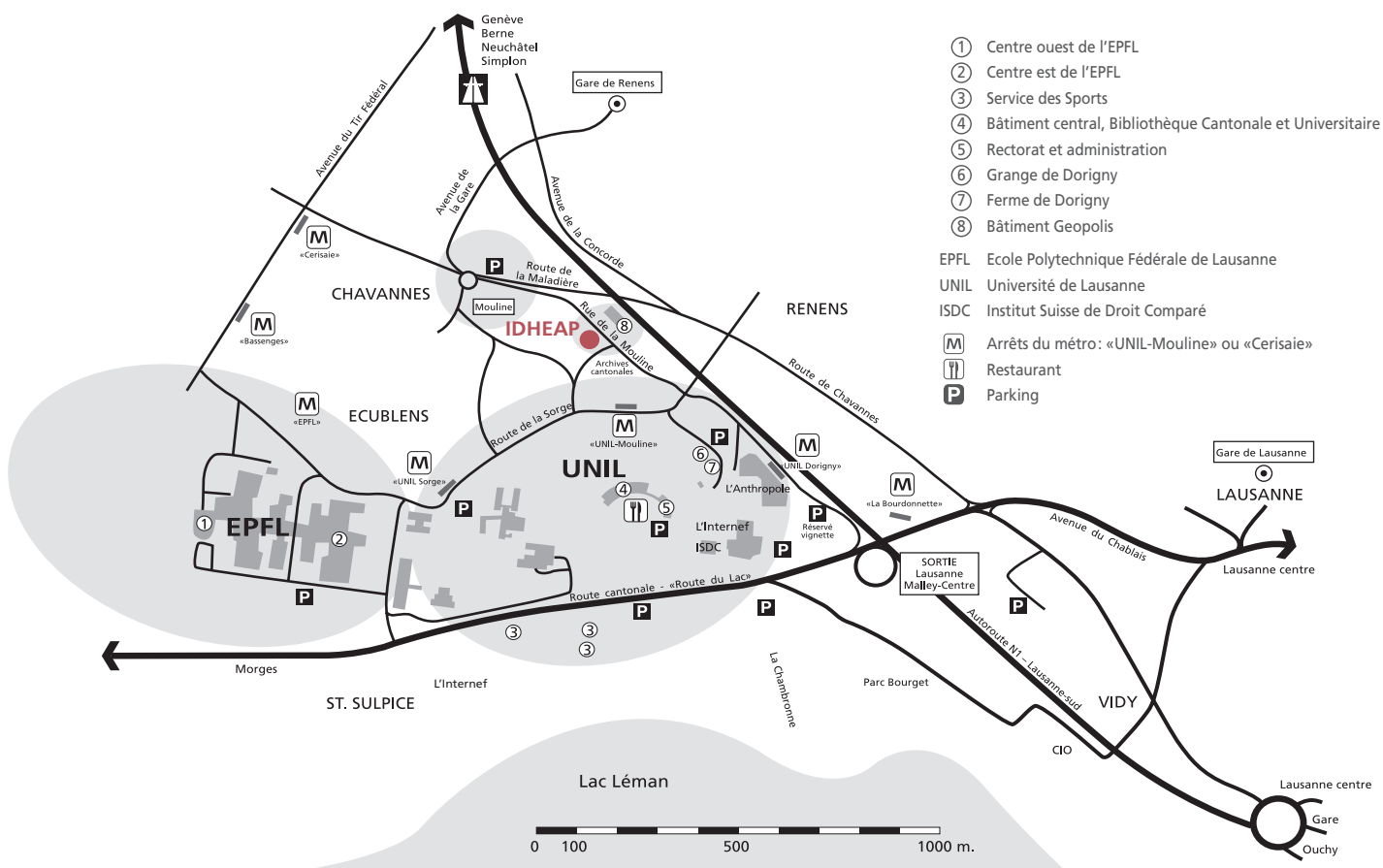
Derniers diplômes ou certificats obtenus (titre, institution, année d'obtention)

Quels sont les motifs de votre inscription et qu'attendez-vous du cours ?

Date : _____

Signature : _____

Veillez joindre une photographie format passeport s.v.p.



L'IDHEAP EN BREF

Avec l'Institut de hautes études en administration publique, l'Université de Lausanne dispose d'un centre unique en Suisse se consacrant à l'enseignement et la recherche dans le domaine de la conduite des organisations publiques et parapubliques. Accrédité par la Confédération et au niveau international (EAPAA), l'IDHEAP est aussi un observateur indépendant et un fournisseur de conseils reconnu par les administrations, les responsables politiques et la Confédération.

L'IDHEAP propose une large palette de formations pour acquérir et perfectionner les connaissances nécessaires aux spécialistes des affaires publiques. Il dispense ainsi le MPA (Master of Public Administration), le Master PMP (Master of Arts in Public Management and Policy) et le CEMAP (Certificat exécutif en management et action publique) et organise des cours de courte durée. Il assure également la formation doctorale en administration publique de l'Université de Lausanne.

IDHEAP

Institut de hautes études en administration publique
 Université de Lausanne

Adresse postale: Bâtiment IDHEAP, CH-1015 Lausanne
 Adresse physique: Rue de la Mouline 28, 1022 Chavannes-près-Renens
 Téléphone: +41(0)21 692 68 00, Fax: +41(0)21 692 68 09
 E-mail: idheap@unil.ch, www.unil.ch/idheap

Unil

UNIL | Université de Lausanne

IDHEAP

Institut de hautes études
 en administration publique

formation
 continue

Unil
 EPFL

La Formation Continue UNIL-EPFL, un partenariat entre l'Université de Lausanne (UNIL) et l'EPFL pour une formation continue de pointe.
www.formation-continue-unil-epfl.ch