

DAS Management de la communication 2026-2027

Module A - La fonction communication

Date	Jours	Cours	Contenu
12.03.26 306 13.03.26 306	2	La fonction communication aujourd'hui	- Rôle et importance de la communication dans la société et au sein des organisations - Les bases de la communication, ses grands principes - Définitions et terminologie, différence entre communication institutionnelle et communication publicitaire - Bibliographie, sources d'information, outillage, IA
14.03.26 306	1	La communication comme métier	- Organisation, positions dans l'organigramme - Profils, compétences et savoir-faire - La déontologie et les aspects éthiques
26.03.26 306	1	La psychologie de la communication	- La situation de communication et ses facteurs, les différents modèles - Les facteurs psychologiques influençant la communication - La communication verbale et non verbale - Les biais cognitifs et distorsions dans la communication, les formes de conditionnement - Les compétences et techniques de communication efficace
27.03.26 306 28.03.26 306	2	La stratégie et le plan de communication	- Réflexion stratégique, méthodologie d'élaboration d'un plan de communication - Outils traditionnels vs outils digitaux - Gestion de projet, collaboration avec les fournisseurs externes - Tarifs, budgétisation, modes de facturation, contrats - Evaluation de la communication
23.04.26 305	1	Les sondages, les études de marché et le monitoring d'image	- Les parties prenantes de l'organisation - Le profiling et les différents types de publics - Les outils de sondage et les différentes méthodologies - La relation avec un institut de sondage
24.04.26 305 25.04.26 305	2	Le droit de la communication	- Droit d'auteur - Droit des médias - Protection de la personnalité - Droit de la concurrence - Protection des données
Total des jours	9		

Module B - La communication digitale

Date	Jours	Cours	Contenu
07.05.26 306	1	La révolution digitale et son impact sur la communication	• Histoire de la communication et évolution des outils • Outils « offline » vs Outils « online » • La complémentarité des outils de communication • Communiquer à l'ère du digital et de l'hypermédiatisation
08.05.26 306	1	Le panorama, les principes et le monitoring de la communication digitale	• Panorama des principaux médias digitaux • Principes d'élaboration de contenus digitaux • Bonnes pratiques de la communication digitales • Monitoring et mesure de performance
09.05.26 306	1	Le site web	• Le rôle central du site Internet • Les différents types de site Internet • Quelles technologies pour quelles fonctionnalités ? • Le webdesign et ses enjeux • Le cahier des charges et la gestion d'un projet web • La relation avec une agence digitale/un développeur web
21.05.26 306	1	La rédaction web et le SEO	• Les outils de recherche et leur fonctionnement • Qu'est-ce qu'un algorithme ? • Les principes de la rédaction web
22.05.26 306	1	Les outils d'IA au service de la communication	• Le fonctionnement de l'IA • Les outils de l'IA intéressants pour la communication (texte, code, image) • Les principes du prompt
23.05.26 306	1	Les réseaux sociaux et le community management	• Présentation des principales plateformes (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, TikTok...) • Les stratégies d'animation et engagement communautaire • La modération des interactions • Les outils de gestion des réseaux sociaux (Meta Business Suite, Hootsuite, Buffer...)

11.06.26 306	1	La publicité digitale (on-line) - Base	• Les réseaux sociaux • Les autres supports de publicité on-line • Les formats de la publicité digitale
12.06.26 306	1	L'audiovisuel et les podcasts	• Les différents outils audiovisuels et leurs vertus • Le boom des capsule vidéo • Le boom des podcasts • La production audiovisuelle
13.06.26 306	1	L'emailing et l'automatisation	• La rédaction d'e-mails engageants • La segmentation et la personnalisation • Les outils d'automatisation (Mailchimp, SendinBlue, HubSpot...) • La mesure de la performance des campagnes
Total des jours	9		

Module C - La communication institutionnelle

Date	Jours	Cours	Contenu
27.08.26 306 28.08.26 306	2	La corporate identity	• L'identité et son rôle dans la communication • Le mix identitaire • Les tournants identitaires de l'organisation • L'audit et le développement d'un programme d'identité • L'identité à l'ère du digital
29.08.26 306	1	La responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise	• Définition et enjeux de la RSE • Le rôle de la communication dans la RSE • La communication durable • La communication inclusive
10.09.26 306	1	La communication interne, de recrutement et d'accompagnement du changement	• « PR begin at home » : l'importance de la communication interne • Les outils de la communication interne • La communication comme facteur de succès du changement • La « marque employeur » • La communication de recrutement
11.09.26 306	1	La communication de crise et la gestion de conflit	• La gestion des risques au sein de l'organisation • Identifier et préparer les crises • Le manuel de gestion de crises • Les stratégies de communication de crise
12.09.26 306	1	Le coaching de personnalité	• La communication en public • Médias training • La fonction de porte-parole

24.09.26 306	1	Le issues management, les publics affairs et le lobbying	• Le paysage politique suisse • La veille stratégique au sein de l'organisation • Les outils du lobbying • Organiser une campagne de sensibilisation
25.09.26 306	0.5	La documentation et l'édition corporate	• La papeterie et les documents de base de l'organisation • Le journal/magazine d'entreprise • La relation avec l'imprimeur
25.09.26 306	0.5	Les faiseurs d'opinion et les influenceurs	• Panorama des leaders d'opinion • La relation avec un leader d'opinion
26.09.26 306	1	La communication événementielle	• Les vertus de l'événementiel • Les différents types d'événements • Organiser un événement • La relation avec les prestataires événementiels
08.10.26 306	1	Les relations presse	• L'univers des médias en Suisse • Le fonctionnement des médias, déontologie • La rédaction d'un communiqué de presse • L'organisation d'une conférence de presse
09.10.26 306	1	Le sponsoring, le mécénat et la philanthropie	• Sponsoring, mécénat et philanthropie : définition, différences et utilités stratégiques • Les aspects contractuels
10.10.26 306	1	La communication financière	• Actionnaires vs bailleurs de fonds • La présentation des comptes • Le rapport annuel • L'assemblée générale • Les règles de la bourse suisse
Total des jours	12		

Module D - La communication publicitaire

Date	Jours	Cours	Contenu
19.11.26 306	1	Les bases du marketing et de la vente	- Le mix marketing - Le processus de vente - L'acte d'achat
20.11.26 306	1	Le branding et la communication de marque	- Qu'est-ce qu'une marque ? - Le rôle des marques aujourd'hui - Les différents modèles de marques - Les lois du « capital marque »
21.11.26 306	1	La création publicitaire	- Les stratégies créatives - Le briefing créatif - Quelques cas illustres de publicité
03.12.26 306	1	La promotion des ventes	- Les techniques de promotion des ventes - Organiser un mailing promotionnel
04.12.26 306 05.12.26 306	2	La publicité traditionnelle (off-line)	- Les supports de publicité off-line (presse, affichage, etc.) - Les régies publicitaires - La planification de campagne et l'achat d'espace - L'analyse de performance
08.01.27 306 09.01.27 306	2	La publicité digitale (on-line) - Approfondissement	- Les ad managers et le sponsoring de publication - La planification et le paramétrage de campagne - L'analyse de performance
22.01.27 306	0.5	Les RP produits et le placement de produit	- La presse et les produits commerciaux, déontologie - Organiser une action de RP produits - Organiser une action de placement de produit
	0.5	Les salons et les foires	- Panorama des salons et foires - Pourquoi avoir un stand ? - Organiser une présence sur un salon
23.01.27 306	1	La publicité sur le point de vente	- Les techniques de la PLV - Organiser une action de PLV
Total des jours	10		