



# DAS MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION DIPLOMA OF ADVANCED STUDIES



**Gérer des situations de communication de manière professionnelle, c'est une exigence qui touche désormais toutes les organisations, qu'elles appartiennent au domaine privé, public ou parapublic. Le développement des médias sociaux a accéléré cette obligation de prendre en charge avec pertinence toute question liée à l'image, sous peine d'être fortement sanctionné.**

**Traiter la question de l'image des institutions, par définition subjective et hors du champ des sciences exactes, nécessite de la méthodologie, une faculté d'abstraction et du recul. Il s'agit d'une discipline à part entière intégrée au cockpit management des organisations. La communication est le carrefour par lequel passent tous les projets d'entreprise, à l'interne comme à l'externe.**

## **OBJECTIFS GÉNÉRAUX**

**La maîtrise de l'information a cédé le pas à la gestion du risque de réputation. Comment aborder ces questions, souvent complexes ou multidimensionnelles, et proposer les bonnes solutions aux directions d'entreprise ? C'est l'objectif général du DAS en Management de la communication, une formation orientée sur la mise en pratique des concepts modernes de management de la communication institutionnelle.**

### **POINTS FORTS DU PROGRAMME**

- Programme couvrant l'ensemble élargi des domaines traités par les relations publiques.
- Formation largement basée sur la pratique professionnelle, avec une palette diversifiée d'intervenants expérimentés et de terrain.
- Acquisition d'un savoir-faire pratique et stratégique dans la compréhension des enjeux et dans le management de la communication institutionnelle.
- Travail de diplôme individuel mobilisant une réflexion personnelle et session d'examens centrée sur des cas pratiques.

### **PUBLIC CIBLE**

- Actif ou active dans l'un des domaines de la communication d'entreprise, avec plusieurs années d'expérience pratique.
- Ayant pour but d'acquérir des compétences managériales ou de conseil dans le domaine des relations publiques.
- Intéressé-e à comprendre comment définir les plans d'action adéquats aux moments opportuns et comment les appliquer dans les contextes très variés propres à ce métier.
- Désireux ou désireuse d'asseoir une position de cadre dans le vaste champ d'exploration de la communication institutionnelle.

### **DÉROULEMENT**

Le programme est divisé en sessions de trois journées consécutives, regroupées en 6 modules et 26 journées d'enseignement. Chacun d'entre eux comprend des aspects conceptuels et des mises en pratique, agrémentées d'études de cas et d'ateliers de réflexion. Il s'agit de cette façon d'entraîner l'intégration des différents aspects du management de la communication ; les participant-e-s complètent cette approche via des études de cas en ligne.

Au cours du programme, les participants-e-s entreprennent un travail personnel de réflexion stratégique. Le travail traite de l'analyse d'une situation à la proposition du plan d'actions. L'étudiant bénéficie d'un appui sous forme de coaching individuel. Une fois rédigé, le travail de diplôme est défendu devant un groupe d'experts.

## STRUCTURE DE COURS

### MODULE 1

#### LES FONDAMENTAUX DU MÉTIER

- **MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE**  
Aspects généraux de la communication d'entreprise  
Méthodologie et stratégie  
Démarche d'appel d'offres  
Choisir un partenaire externe  
Etablir un budget cadre  
Etat de situation : sondages d'opinion et enquêtes d'image  
Communication institutionnelle et communication marketing
- **CORPORATE IMAGE & CORPORATE IDENTITY**  
Aligner son comportement et sa visibilité aux valeurs et au positionnement.

### MODULE 2

#### LES CHAMPS D'APPLICATION

- **COMMUNICATION INTERNE**  
La dimension interne du management de l'image  
Communication et responsabilité sociale d'entreprise
- **COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE**  
L'événement au service de l'image institutionnelle  
Mettre en place, planifier, organiser, gérer
- **COMMUNICATION MÉDIAS**  
Connaissance du paysage médiatique et évolutions  
Journalistes et médias sociaux, impacts sur les communicateurs  
Approche spécifique des cibles médias  
Ethique et pratique de la collaboration
- **COMMUNICATION DE CRISE**  
La notion de crise et ses caractéristiques  
Les spécificités de la communication en situation de crise

### MODULE 3

#### RELATIONS PUBLIQUES ET BRANCHES SPÉCIFIQUES

Public Affairs & Issue Management  
Lobbying et communication  
Communication économique et financière

RP pour des associations économiques  
RP pour des organisations de service public  
RP pour des organisations à but non lucratif

### MODULE 4

#### COMMUNICATION DIGITALE ET E-RÉPUTATION

Stratégie de communication digitale : processus, méthodologie et mise en œuvre  
Réputation en ligne et médias sociaux  
Campagne de communication et déploiement à l'international

### MODULE 5

#### COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

Expression en public  
Message et argumentation  
Ateliers

### MODULE 6

#### SESSION D'EXAMENS

## CONDITIONS D'ADMISSION

Titre d'une Haute Ecole Spécialisée (HES) ; titre universitaire ou diplôme fédéral ; ou expérience professionnelle de plusieurs années dans la communication institutionnelle ou un métier apparenté.

Selon les dossiers de candidature, l'admission au cours a lieu sur la base d'un entretien préliminaire.

## COÛTS DE FORMATION

Les frais de cours s'élèvent à CHF 10'800.- par personne.

Sont inclus :

- l'ensemble du support de cours
- l'accompagnement personnalisé du travail de diplôme
- les frais d'examen
- les frais d'établissement du certificat

Une réduction est accordée aux entreprises qui inscrivent plusieurs candidat-e-s.

## TITRE DÉLIVRÉ

Les DAS (Diploma of Advanced Studies) font partie des formations postgrades délivrées dans les HES et les Universités. Ils s'adressent à des personnes engagées dans la vie active et qui désirent se perfectionner dans des domaines donnés. A la fin de la formation, les participant-e-s reçoivent un diplôme récompensé par 30 ECTS\*.

## LIEUX DE COURS

Fribourg (Haute école de gestion)  
et Lausanne (Maison de la Communication)

\* 1 crédit ECTS (European Credits Transfer System) correspond à 30 heures de cours/travail personnel.



**Comment faire la différence en communication sur le plan stratégique ? Le plus souvent, la réponse ne se trouve pas là où les managers le pensent, car leur sphère de responsabilité les orientent davantage sur les actions à entreprendre.**

**Piloter les questions d'image avec efficacité et en fin tacticien exige deux qualités incontournables. La première réside dans la capacité d'analyser une situation, de poser des constats objectifs et au plus près de la réalité. La seconde se résume au choix du timing, le moment opportun pour communiquer.**

**Le signe particulier de ce métier, contrairement à beaucoup d'idées reçues, c'est de penser à partir juste pour se donner une chance d'arriver à bon port ! Tout le reste en découle logiquement. Dans la mise en œuvre des actions de communication, une organisation doit certes garantir la qualité ; mais si elle est partie dans une mauvaise direction, point de résultat positif in fine.**

**Poser la réflexion de manière méthodique pour élaborer les bons choix, quelle que soit la situation et sur tous les terrains, c'est l'ambition première de cette formation axée avant tout sur le management des questions touchant l'image des organisations et de leurs leaders.**

Eric Décosterd, responsable des formations postgrades

## LA HAUTE ÉCOLE DE GESTION FRIBOURG

### PLUS DE VINGT ANS D'EXPÉRIENCE

Depuis sa création en 1991, la Haute école de gestion Fribourg n'a cessé de se développer en s'adaptant aux réalités économiques et à la demande du marché.

Cette volonté se manifeste notamment grâce à notre stratégie d'innovation. L'étendue et la qualité de nos programmes de formation (Bachelor, Master et formation continue), ainsi que l'implication et les compétences de notre corps professoral attirent, chaque année, de plus en plus de nouveaux étudiants.

La HEG-FR jouit d'un rayonnement national et international grâce à son caractère trilingue et ses divers partenariats avec des universités étrangères. Nous sommes considérés en Suisse comme des précurseurs dans le domaine de la formation, de la recherche interdisciplinaire et de l'entrepreneuriat.

#### PRINCIPE D'ÉGALITÉ

Le langage épïcène n'étant pas appliqué systématiquement dans ce document, il est précisé que toute désignation de personne, de statut ou de fonction s'entend indifféremment au féminin et au masculin.

## HAUTE ÉCOLE DE GESTION FRIBOURG

Secrétariat Postgrade  
Chemin du Musée 4  
CH-1700 Fribourg

T +41 26 429 63 81  
F +41 26 429 63 75  
E [heg-postgrade@hefr.ch](mailto:heg-postgrade@hefr.ch)  
W [www.heg-fr.ch](http://www.heg-fr.ch)

**Hes·SO**  
Haute Ecole Spécialisée  
de Suisse occidentale  
Fachhochschule Westschweiz  
University of Applied Sciences and Arts  
Western Switzerland

Notre partenaire : **spri** Institut Suisse de Politiques Publiques