

Communication dans les ONG - anglais



Niveau d'étude
Bac +4



Crédits ECTS
Echange
1.5



Composante
UFR Sociétés,
Cultures et
Langues
Étrangères



Période de
l'année
Printemps (janv.
à avril/mai)

- > **Langue(s) d'enseignement:** Anglais
- > **Méthodes d'enseignement:** En présence
- > **Forme d'enseignement :** Cours magistral
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui
- > **Catégorie d'enseignement pour les étudiants en échange:** Cours général
- > **Crédits ECTS Echange:** 1.5
- > **Code d'export Apogée:** NBCI8M41

Présentation

Description

Objectifs:

- Comprendre les raisons de l'importance de la communication pour et dans les ONG ou les associations
- Permettre aux étudiants d'appréhender les bases du métier de chargé de communication d'une ONG
- Être capable de déceler les contraintes relatives à la présence des médias dans le champ d'action des ONG
- Comprendre l'interdépendance entre médias et ONG.
- Être capable de déterminer les grandes lignes d'un plan de communication et de comprendre l'intérêt d'une stratégie de communication pour une association ou une ONG
- Comprendre les enjeux de l'animation de réseau et accéder à des outils participatifs
- Travailler sur la notion de participation, dans les projets humanitaires, de développement ou associatifs
- Comprendre la place et le rôle spécifique des collectivités dans le paysage français et international de l'Aide Publique au Développement
- Appréhender les différentes approches
- Identifier les acteurs essentiels et les évolutions dans les pratiques

- Évaluer les limites de l'action territoriale et connaître les enjeux

Description du contenu:

Partie communication:

Les bases du métier de chargé de communication en ONG

- Approche de la communication (à partir du schéma de Shannon) et des médias
- Le plan de communication : un outil au service du développement de l'ONG

Les relations presse

- Présentation des règles relatives à l'écriture de presse
- Exercice de rédaction d'un communiqué de presse
- Les autres outils de la relation presse : dossier de presse, conférence de presse, etc.
- Les modalités pratiques de la relation : relation avec les journalistes, base de données, délais à respecter...

Communication et dialectique compassionnelle

- La relation d'interdépendance entre médias et ONG
- Communication et recherche de fonds : l'exemple du tsunami et du séisme en Haïti. Communiquer quoi et où ? Communiquer jusqu'où ?
- Les crises oubliées

L'animation de réseaux nationaux ou internationaux

- Approche du concept.
- Présentation des outils d'animation de réseau et de facilitation de la participation citoyenne et de la mobilisation des publics.
- Mise en pratique

Partie coopération décentralisée:

- Introduction : État déconcentré et décentralisation : vers une autonomisation des territoires.
- La coopération décentralisée : une politique issue de la décentralisation
- Les outils juridiques et financiers
- Définition de la coopération décentralisée
- La coopération de la ville de Grenoble : enjeux, réussites et questionnements.
- Cas d'études : la reconstruction au Mali après les accords d'Alger : quelles opportunités pour les collectivités.
- La coopération des collectivités : rôle des services techniques. Place des entreprises dans un partenariat public-privé
- De l'urgence à la coopération
- Territoires de culture : comment accompagner la mise en place de politiques culturelles ?
- La question de l'impact

Heures d'enseignement

Communication dans les ONG - anglais - CMTD

Cours magistral - Travaux dirigés

12h

Période : Semestre 8

Évaluation initiale / Session principale - Épreuves

Libellé	Nature de l'enseignement	Type d'évaluation	Nature de l'épreuve	Durée (en minutes)	Nombre d'épreuves	Coefficient de l'épreuve	Remarques
	Matière		Ecrit et/ou Oral	90		100%	

Compétences visées

Partie communication

- Identifier les enjeux communicationnels d'une ONG ou d'une association.
- Savoir identifier les spécificités de la communication associative.
- Mobiliser les concepts techniques du domaine de la communication dans des exercices pratiques : communiqué de presse, flyers, affiches, plan de communication, interviews radio...
- Savoir activer ses connaissances en fonction de l'objectif à atteindre.
- Identifier les enjeux communicationnels du travail dans un réseau national ou international.
- Contextualiser et analyser les enjeux de la participation des bénéficiaires des projets
- Connaître et utiliser les outils d'animation de réseau et de facilitation de la participation citoyenne et de la mobilisation des publics.

Partie coopération décentralisée

- Comprendre l'organisation de l'État déconcentré et les processus de décentralisation.
- Identifier les démarches d'internationalisation des collectivités décentralisées.
- Identifier la place de la coopération décentralisée par rapport aux autres acteurs de la coopération internationale (États, bailleurs de fonds internationaux, ONG...).
- Identifier l'évolution des pratiques, les différentes approches (humanitaire, approche par projet, approche institutionnelle), la pluralité des acteurs (collectivités, ONG, entreprises, acteurs publics et privés.)
- Identifier les structures de coordination horizontales et verticales pour les politiques à l'international.
- Mobiliser une intelligence critique pour évaluer des pratiques de coopération .

- Identifier les fonctions d'une organisation publique œuvrant dans la coopération décentralisée et ses relations avec l'ensemble de ses parties prenantes.

Compétences linguistiques

- Être capable de s'exprimer de façon claire et dynamique à l'oral.
- Être à l'aise dans la synthétisation d'informations.
- Être à l'aise dans l'expression écrite de la langue française.

Bibliographie

Livres

Communication et marketing de l'association, Hervé Garrault, Juris.

The Bell System Technical Journal, Claude E. Shannon, Vol. 27, pp. 379-423, 623-656, Juillet, Octobre, 1948.

Le degré zéro de l'écriture, Roland Barthes, Points Essais.

La communication dans la gestion de projet, Olivier Englander et Sophie Fernandes, Vuibert.

50 fiches pour comprendre les médias, François Jost, Breal.

L'écriture journalistique, Jacques Mouriquand, Que sais-je, PUF.

Pour comprendre les médias, Marshall Mc Luhan, Points Esais

Le guide de l'écriture journalistique, Jean Luc Martin Largardette, Guides Syros.

Associations et communication, critique du marketing, Dacheux E. (2002), CNRS éditions

Marketing et communication des associations, Gallopel K. (2008), Paris, Dunod

Communication des associations, Libaert T. et Pierlot JM. (2009), Paris, Dunod

Les médias et l'humanitaire, René Backmann et Rony Brauman, CFPJ

Les stratégies de la générosité, Gérard Gendre, Economica

"les médias et l'humanitaire" René Backman et Rony Brauman.

"L'humanitaire, un business comme les autres ?" christian troubé

" La communication des ONG humanitaires" Pascal Dauvin

Infos pratiques

Lieu(x) ville

› Grenoble

Campus

› Grenoble - Domaine universitaire