

PROGRAMME DE LA FORMATION

- Page 1 sur 4 -
Modifié le 04/06/2026

COPYRIGHT FRANCE – Tous droits réservés



PRG

« CHARGÉE DE COMMUNICATION »

Durée à définir

PROGRAMME DE LA FORMATION

- Page 2 sur 4 -
Modifié le 04/06/2026

COPYRIGHT FRANCE – Tous droits réservés



PRG

CHARGÉE DE COMMUNICATION

Public : Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant se former au métier de Chargé(e) de Communication, que ce soit dans le cadre d'une reconversion professionnelle, d'une montée en compétences ou d'une première insertion dans le domaine de la communication.

Elle est accessible aux demandeurs d'emploi, salariés en évolution de poste, et toute personne motivée par les métiers de la communication digitale et traditionnelle.

Accessibilité handicap : Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Pour tout besoin d'aménagement spécifique, merci de nous contacter avant le début de la formation afin que nous puissions étudier ensemble les dispositions adaptées.

Modalité de la formation : présentiel, face à face pédagogique formateurs et distanciel.

Délai d'inscription : 2 semaines avant le début d'une session

Délai d'accès à la formation : toute l'année en continu.

Durée à définir.

Tarifs à définir.

▪ OBJECTIFS DE LA FORMATION

➤ Objectifs d'évolution professionnelle

- Accéder à un poste de chargé(e) de communication polyvalente
- Être autonome dans la conception et le déploiement de plans de communication internes et externes
- Valoriser l'image et la visibilité d'une organisation

➤ Objectifs pédagogiques globaux

À l'issue de la formation, le/la participant·e sera capable de :

- Analyser un besoin de communication interne ou externe
- Concevoir des supports de communication print et digitaux
- Appliquer une stratégie de communication cohérente et mesurable
- Créer du contenu adapté à différents canaux (réseaux sociaux, newsletters, sites)
- Utiliser les outils numériques de gestion de projet et de production visuelle
- Évaluer l'efficacité des actions menées

▪ COMPÉTENCES VISÉES

- Élaborer une stratégie de communication
- Rédiger et adapter des contenus aux supports
- Gérer des réseaux sociaux et produire du contenu visuel
- Coordonner des actions de communication dans un cadre projet
- S'adapter à des contextes variés (associatif, médico-social, entreprise)
- Intégrer des pratiques de communication inclusive et responsable

▪ PRÉ-REQUIS

Niveau BAC

PROGRAMME DE LA FORMATION

- Page 3 sur 4 -
Modifié le 04/06/2026

COPYRIGHT FRANCE – Tous droits réservés



PRG

▪ CONTENU DE LA FORMATION

Module 1 : Fondamentaux de la communication

- Identifier les différentes formes et fonctions de la communication
- Distinguer communication institutionnelle, interne et de crise
- Théories de la communication (Shannon, Palo Alto, etc.)
- Styles de communication et posture professionnelle
- Cartographie des canaux (print, digital, événementiel)

Module 2 : Stratégie et plan de communication

- Élaborer un diagnostic de communication
- Construire un plan de com' aligné avec les objectifs de l'organisation
- Analyse SWOT et veille sectorielle
- Définition des cibles, messages et indicateurs
- Déclinaison opérationnelle (calendrier, supports, budget)

Module 3 : Création de contenu & storytelling

- Rédiger des contenus engageants selon les cibles et les canaux
- Utiliser les principes de narration pour valoriser un message
- Techniques rédactionnelles (titres, accroches, CTA...)
- Adaptation du ton et du format (emailing, article, post, dossier de presse)
- Storytelling, copywriting, vulgarisation

Module 4 : Communication digitale & réseaux sociaux

- Animer une communauté en ligne
- Produire et planifier des contenus sociaux media
- Algorithmes et formats des réseaux : LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok
- Calendrier éditorial, programmation, statistiques
- Initiation à Canva, CapCut, Notion, Trello

Module 5 : Design et outils de production visuelle

- Créer des supports visuels simples et professionnels
- Respecter une charte graphique et l'identité visuelle
- Bases de la communication visuelle
- Utilisation de Canva / outils de PAO simplifiés
- Création de plaquettes, affiches, stories animées, carrousels

Module 6 : Gestion de projet et outils collaboratifs

- Planifier, coordonner et suivre des actions de communication
- Travailler en mode collaboratif et agile
- Méthodologies projet : Gantt, méthode Kanban

PROGRAMME DE LA FORMATION

- Page 4 sur 4 -
Modifié le 04/06/2026

COPYRIGHT FRANCE – Tous droits réservés



PRG

- Outils collaboratifs : Trello, Google Suite, Notion
- Reporting et suivi de performance

Module 7 : Communication inclusive, éthique & RSE

- Intégrer les enjeux de diversité et inclusion dans la com'
- Concevoir des messages responsables et accessibles
- Langage inclusif, accessibilité numérique
- Communication non-discriminante
- Com' responsable : greenwashing, transparence

Module 8 : Projet fil rouge

- Concevoir et présenter un plan de communication complet
- Travailler en équipe sur un projet réel ou simulé
- Brief client réel
- Répartition des rôles, livrables, rétroplanning

▪ ÉVALUATION

Exercices pratiques (montage de budget simulé, rédaction d'un dossier de production), études de cas réels, QCM de connaissances du secteur et mise en situation.

▪ MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Exposés thématiques, études de cas spécifiques au spectacle vivant, échanges avec des professionnels du secteur, coaching personnalisé pour la gestion des projets, et documentation remise aux stagiaires. Les formateurs seront qualifiés et expérimentés conformément aux dispositions académiques

▪ VALIDATION

Bilan complété par le tuteur, le président et la stagiaire.

Nombre de stagiaires ayant terminé ce cursus chez TIF : 02

Taux d'achèvement : 100%

Mis à jour le 4/06/2026

Contact: contact@techinfrance.com - Tel: 07 50 50 21 31