

Ministère de la Communauté française
Administration générale de
l'Enseignement et de la Recherche
scientifique.

Direction générale de l'Enseignement
non obligatoire et de la Recherche
scientifique.

Service de l'enseignement
de promotion sociale.

1010 Bruxelles , le 16 Jan 2004
Boulevard Pachéco, 19, Bte 0
02 / 210.58.52

Monsieur Jacques LEFERE
Administrateur délégué
CPEONS

rue des Minimes 87-89
1000 BRUXELLES

Ref.: CC / Document de référence interréseaux

Objet : Document de référence interréseaux (convention) - Régime 1

Unité de formation : COMMUNICATION EXTERNE POUR PME (CONVENTION : C.P.N.A.E.)
Classement : ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION
Code Référence : 035024U21V1
Domaine : 001 Formation générale-SE:math, sciences, francais, insertion...

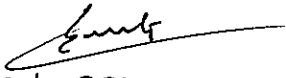
Monsieur l'Administrateur délégué,

J'ai l'honneur de vous faire parvenir le document de référence relatif à l'unité de formation
mentionnée sous rubrique.

Veillez agréer, Monsieur l'Administrateur délégué, l'assurance de ma considération distinguée.

P.O. Le Directeur général adjoint,

Julien Laermans


Nicole SCHETS
Directrice

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE
ADMINISTRATION GENERALE DE L' ENSEIGNEMENT ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE

ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE DE REGIME 1

DOSSIER PEDAGOGIQUE

UNITE DE FORMATION

COMMUNICATION EXTERNE POUR PME.
(CONVENTION : C.P.N.A.E.)

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

CODE : 03 50 24 U 21 V 1

CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 001
Document de référence inter-réseaux
approuvé le 11/12/03

**COMMUNICATION EXTERNE POUR PME.
(CONVENTION : C.P.N.A.E.)**

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION

1. FINALITES DE L' UNITE DE FORMATION

1.1. Finalités générales

Conformément à l'article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991 organisant l'enseignement de promotion sociale, cette unité de formation doit :

- Concourir à l'épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire;
- Répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l'enseignement et d'une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.

1.2. Finalités particulières

Cette unité de formation vise à permettre aux différents collaborateurs d'une entreprise d'assumer une communication avec les différents partenaires externes à ladite entreprise. Pour ce faire, après avoir défini ce en quoi consiste une communication réfléchie et "porteuse", chaque participant à la formation non seulement approchera les différents modes opératoires de communication mais encore actualisera ceux qu'il appréhende déjà.

2. CAPACITES PREALABLES REQUISES

2.1. Capacités

L'étudiant sera capable de:

Lire et comprendre un texte d'un niveau de langue courante, plus précisément:

- lire mentalement à une vitesse supérieure à celle de la parole (plus ou moins 9000 mots par heure);
- répondre à des questions de compréhension:
 - ◆ répondre à ce qui est demandé;
 - ◆ retrouver rapidement une information;
 - ◆ citer les références du texte.

S'exprimer oralement

Choisir un niveau de langue approprié à la situation de communication pour:

- demander des explications;
- répondre à ce qui est demandé;
- répéter fidèlement une information;
- donner des explications.

S'exprimer par écrit

Ecrire (sous la dictée) un texte de niveau de langue courante d'au moins vingt lignes:

- avec une orthographe correcte;
- avec une ponctuation cohérente;
- en coupant correctement les mots;
- en disposant le texte en paragraphes.

2.2. Titre(s) pouvant en tenir lieu.

Certificat d'Enseignement Secondaire Inférieur ou titre équivalent.

3. HORAIRE MINIMUM DE L'UNITE DE FORMATION

3.1 Dénomination du cours périodes	Classement	Code U	Nombre de
Communication	CT	B	8
3.2. Part d'autonomie		P	0
3.3 Total des périodes			8

4. PROGRAMME MINIMUM.

Les thèmes suivants seront abordés :

- Enjeu de la formation
- Importance de la communication d'entreprise
- Politique de communication
(la présentation, l'argumentation, la démonstration, etc.)
- Interactions entre les communications internes et externes
- Elaboration d'un plan de communication efficace
(les étapes à ne pas négliger, les pièges à éviter, etc.)
- Elaboration, gestion et optimisation d'un budget de communication
- Impact des nouvelles technologies
- Réalisation d'actions de communication et contrôle des résultats
(ex: journées portes ouvertes, mailings, campagnes de publicité, communiqués de presse, spots régionaux aux niveaux radiophoniques et télévisuels, etc.)
- Exercices et conseils pratiques.

5. CAPACITES TERMINALES

A l'issue de cette unité de formation, l'étudiant aura appréhendé les différentes techniques de communication avec les différents partenaires externes à son entreprise. Il sera capable d'utiliser au mieux ces techniques afin de donner un plus grand rayonnement à son entreprise.

Pour la détermination du degré de maîtrise, il sera tenu compte de l'adéquation et de la pertinence des techniques utilisées.

6. CHARGE(S) DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L'expert sera un spécialiste disposant d'une compétence professionnelle actualisée et reconnue dans le domaine.

7. CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Afin de faciliter et d'optimiser les exercices pratiques, essayer de ne pas dépasser la douzaine de participants et obtenir (autant que faire se peut) un nombre pair.