

Communication Publique – Véronique MELY

INTRODUCTION

Définition du champ
Perspectives historiques
L'opinion des français sur la communication publique

I. Acteurs et émetteurs de la communication publique

- I. 1 – La communication gouvernementale et ministérielle
- I. 2 – La communication des collectivités territoriales
- I. 3 – La communication des entreprises publiques

II. Principales formes de la communication publique (études de cas)

- II. 1 – Nature des messages véhiculés par la communication publique.
- II. 2 – L'information due au citoyen
- II. 3 – La communication d'intérêt général, visant à modifier les comportements
- II. 4 – La communication d'accompagnement des réformes
- II. 5 – La communication d'image et de valorisation des institutions publiques
- II. 6 – La communication publique interne

III. Communication et opinion

- III. 1 – Méthodologies des études et sondages
 - III. 1. a. – Les méthodologies qualitatives
 - III. 1. b. – Les méthodologies quantitatives
- III. 2. – Applications pratiques

IV. Communication publique et débat public

- IV. 1 – Définition et typologie des débats publics
- IV. 2 – Méthodologie de consultation et de communication
- IV. 3 – Risques et opportunités

V. Management de la communication publique

- V. 1 – Rôles et fonctions des structures de communication publique.
- V. 2 – Le métier de communicant public
- V. 3 – Travailler avec les partenaires de la communication publique : agences, instituts de sondages, associations professionnelles

CONCLUSION