

Enjeux Dans une organisation, les cadres sont garants de la pertinence des messages, que ce soit pour donner une direction, partager une vision, faire comprendre des stratégies, expliquer des choix, relier le faire et le dire. Mais la participation des salariés, des bénévoles voire aujourd'hui des usagers dans l'élaboration de certains messages s'avère nécessaire pour porter le projet de façon partagée, sans équivoque. Comment organiser cette participation, quels sont les messages concernés, quels supports développer, quelles attitudes et compétences mettre en œuvre ?

Public visé

Tout professionnel souhaitant améliorer la qualité de la communication dans son organisation

Prérequis

Aucun prérequis nécessaire

Objectifs

- Comprendre les mécanismes en œuvre au cœur de l'action individuelle et collective
- Se donner des définitions communes de certains concepts liés au changement : le stress, la reconnaissance, l'autonomie, la responsabilité.
- Travailler ses compétences communicationnelles et émotionnelles au service du projet.

Moyens et méthode

Pour une plus grande cohérence et efficacité de la formation, nous souhaitons que :

- les groupes n'excèdent pas 12 participants,
- les participants aient pu prendre connaissance du programme avant la formation,
- les locaux réservés au déroulement de la formation soient à l'abri du bruit et qu'ils disposent du matériel nécessaire à la formation (paper-board, tables...).

La pédagogie active sera privilégiée. Méthode participative et concrète avec alternance d'apports théoriques et de propositions de réflexion, travaux en sous-groupes, temps de restitution, production d'écrits dans le temps même de la formation.

Durée

2 jours
(12 heures)

Horaires

9h30 – 16h30

Prix en intra

1.000 € HT/jour

(TVA 20%)

+ frais de déplacement et d'hébergement selon destination

Lieu

Sur site

Suivi et évaluation

Signature d'une feuille de présence et délivrance d'une attestation de fin de formation
Evaluation de l'action de formation par la remise d'un questionnaire d'évaluation et de satisfaction.

Intervenante

Dominique Sfez
Consultante formatrice en communication
Spécialiste des écrits professionnels dans les ESMS

Programme

*La communication (interaction) pédagogique peut être envisagée comme un **processus** : une opération ou une suite d'opérations permettant de fabriquer quelque chose.*

*Elle s'intéresse au système de relations entre les acteurs et aux messages. Ce qui est construit prend en compte les **contextes** et les **situations de référence**.*

*La communication pédagogique est un processus de **transformation** des situations pour faire mieux ensemble. Ce qui suggère un diagnostic objectif de la situation initiale, une analyse des causes et des effets et des propositions, pistes d'amélioration et de progrès.*

Nous proposons un déroulé pédagogique sur 2 jours.

Jour 1

1. Pourquoi agissons-nous comme nous agissons ?

La notion de changement.

Action collective, action individuelle. Découverte d'un schéma pour repérer les apports de différents domaines.

Les théories de la motivation.

2. Principes d'une communication pédagogique

Les principes afin de favoriser la compréhension et l'appropriation des messages (fond et forme).

Clarifier les postures individuelles et collectives.

L'enjeu de la dimension communication dans la conduite du changement.

Jour 2

3. La communication pédagogique en action

Il s'agit de s'appuyer sur des exemples concrets de projet, d'action, d'activité, apportés par les participants pour mettre en pratique les aspects théoriques et les échanges du jour 1.

Mesurer. Outils et méthodes.

Réaliser un état des lieux objectif.

Analyser. Outils et méthodes.

Susciter un changement dans nos pratiques.

Améliorer. Innover.

Les apports des nouveaux courants liés à l'innovation.

Formulation de propositions d'actions concrètes pour favoriser la communication pédagogique.