

LES MARCHÉS PUBLICS DE COMMUNICATION, ENTRE THÉORIE ET PRATIQUES

OBJECTIFS

- Identifier les procédures et étapes de la commande publique
- Comprendre les principes fondamentaux de la commande publique
- Être autonome dans la gestion des visuels dédiés à l'entreprise et à son activité

PROGRAMME

Les 4 phases de la commande publique

Phase 1 – Étude de la faisabilité du projet de communication

- Étape 1 : la veille et l'acculturation
- Étape 2 : l'étude du projet de communication
- Étape 3 : l'évaluation de la faisabilité budgétaire et des délais

Phase 2 – Mise en œuvre de la procédure de marché public

- Étape 1 : choix de la procédure de marché public
- Étape 2 : rédaction du cahier des charges
- Étape 3 : définition des critères d'attribution du marché public

Phase 3 – Sélection du prestataire

- Étape 1 : la diffusion et le déroulement de l'appel d'offres
- Étape 2 : l'analyse des offres et le choix du prestataire

Phase 4 – Information et évaluation

- Étape 1 : l'information des prestataires non retenus
- Étape 2 : l'évaluation de la procédure et de son résultat



FORMATEUR

Marc Dubreuil

DURÉE DE LA FORMATION

1 journée

TARIFS

- 600 € HT / jour / personne (formation Inter réalisée sous réserve de 3 inscriptions minimum)
- Pour une formation INTRA, ou à une autre date, nous consulter
- Prise en charge OPCA possible



PUBLICS ET PRÉ-REQUIS

- RESPONSABLES DE COMMUNICATION
- CHARGÉS DE COMMUNICATION DANS LES SERVICES
- MEMBRES DE CABINET
- ÉLUS EN CHARGE DE LA COMMUNICATION
- DIRECTIONS GÉNÉRALES



LIEU

- AGENCE EPICEUM
75, RUE DE LA FONTAINE AU ROI
PARIS 11



LES PLUS EPICEUM

- Après plus de 300 missions réalisées dans le cadre de marchés publics et la réponse à plus d'une cinquantaine d'appels d'offres par année, Epiceum a acquis une solide expertise. En juin 2009, l'agence a co-organisé le colloque «Les marchés publics de communication» et participé à la rédaction du «Guide méthodologique et pratique des marchés publics de communication» (éditions Cap'Com).