

## **UNIVERSITE CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR**



### **CENTRE D'ETUDES DES SCIENCES ET TECHNIQUES DE L'INFORMATION (CESTI)**

Tél : (221) 824.68.75 / 824.93.66  
Fax : (221) 824.24.17 E.mail : [eugenieraw@hotmail.com](mailto:eugenieraw@hotmail.com)

### ***DEPARTEMENT PROJETS ET FORMATION CONTINUE***

#### **CESTI : UN PEU D'HISTOIRE**

Institut de l'Université de Dakar, le CESTI est une école régionale qui dessert la plupart des pays de l'Afrique de l'Ouest et certains états de l'Afrique centrale. Ses étudiants, admis à l'école par voie de concours d'entrée, sont originaires du Bénin, de la Côte d'Ivoire, du Gabon, du Burkina Faso, du Mali, du Maroc, de la Mauritanie, du Tchad, du Congo Brazzaville, de la Guinée et du Sénégal.

A la fin de la troisième année, le diplôme du CESTI – équivalent à la licence – est délivré sur place par l'université de Dakar après présentation d'une grande enquête réalisée dans le pays d'origine de l'étudiant.

Tous les diplômés du CESTI sont assurés de trouver un emploi à la fin de leurs études

Créé en 1965, le Centre d'Etudes des Sciences et Techniques de l'Information (CESTI) a pour mission de préparer en trois ans au journalisme ; d'effectuer des recherches fondamentales et appliquées sur les problèmes de information en Afrique et d'organiser des stages de perfectionnement pour les journalistes déjà en fonction.

Le CESTI a donc entrepris de développer un Département Projets et Formation Continue afin de tenter de pérenniser son fonctionnement et de répondre à la demande de formation de journalistes africaines déjà en activité, de leur assurer une spécialisation pertinente aux besoins du Continent.

Ainsi le CESTI forme-t-il, depuis plusieurs années, des gestionnaires supérieurs en radio rurale et radio communautaire venus de toute l'Afrique, en partenariat avec Intermedia, une structure de consultation de droit suisse.

## ***LES OBJECTIFS DU DEPARTEMENT***

### **Objectifs**

- Développer des activités de formation dont le but est de renforcer les cours classiques offerts aux étudiants du CESTI
- Développer des activités de formation continue en journalisme et communication pour répondre aux besoins des médias ou institutions, au Sénégal et ailleurs, qui en formulent la demande
- Développer et valoriser l'expertise du CESTI, s'assurer de sa visibilité par le renforcement de l'offre de service, par la mise en œuvre d'activités de consolidation de la formation en information et communication en Afrique

## **LES PROGRAMMES OFFERTS**

### **I- FORMATION CONTINUE INSTITUTIONNELLE**

Elle concerne l'exécution de contrats que nous confient diverses institutions afin de former ou de renforcer les capacités de professionnels de l'information et de la communication. Ces formations peuvent être de courte durée (1 à 8 semaines), de moyenne durée (9 semaines à 1 an) ou de longue durée (plus d'un an).

Elle est essentiellement destinée à des professionnels en activité dans le cadre :

- d'une formation de base (courte durée). Il appartient aux organes de presse, éventuellement de concert avec le Ministère de l'information ou aux institutions intéressées de désigner les participants. L'école se réserve un droit de conseil.
- d'une formation complémentaire ou spécialisée (courte ou moyenne durée). Elle se fait sur proposition des organes de presse et/ou du Ministère de l'information ou des institutions concernées. Le CESTI assure la sélection en fonction des modules offerts. L'une des conditions : le postulant doit avoir subi la formation de base.
- D'une formation sous contrat avec des institutions d'information et ou de communication ou ayant un département d'information et de communication.
- d'une formation diplômante (longue durée). Les dossiers sont proposés par le Ministère de l'information et la sélection est assurée, sur la base de critères pré-définis, par le CESTI. Des individus peuvent y accéder sur la base de leur dossier académiques et/ou de leur expérience professionnelle.

#### **De quelques exemples**

##### **1. *Fonds d'aide à la presse***

- a) Formation 1 de journalistes en activité ( générale et de courte ou moyenne durée)
- b) Formation 2 de journalistes en activité ( spécialisée et de courte durée)

##### **2. *Intermédia (moyenne durée)***

Il s'agit d'une formation de gestionnaires supérieurs en radio rurale ou communautaire. Elle s'achève après une durée de 3 mois par la présentation d'un mémoire.

##### **3. *Formation professionnelle (longue durée)***

En coopération avec les ministères de l'éducation et de l'information ou avec des médias.

## **II- COMPLEMENT A LA FORMATION CLASSIQUE (anciens étudiants)**

Elle est destinée aux anciens étudiants du CESTI ou, après accord institutionnel, à d'anciens étudiants en journalisme et communication qui souhaitent recevoir une formation professionnelle diplômante spécialisée. La sélection se fait sur la base du projet personnel du postulant.

### **1. Formation générale**

- a) Langues (anglais)
- b) Plaidoyer
- c) Relations publiques

### **2. Formation spécialisée : Formation thématique et/ou technique**

- a) Nouvelles technologies de l'information et de la communication
- b) Communiquer en situation de crise
- c) Communication environnementale
- d) Communication institutionnelle
- e) Etc.

## **III- SOUTIEN A LA FORMATION CLASSIQUE (étudiants actuellement inscrits)**

Il s'agit d'activités destinées à renforcer, de manière pratique, la formation des étudiants des premier et deuxième cycles et de développer un service à la collectivité.

### **1. Des projets associés aux cours (Exemples)**

- |                                |   |
|--------------------------------|---|
| a) Cours environnement         | Projet Sciences-médias-société                        |
| b) Cours IEC                   | Projet FNUAP (à élaborer)                             |
| c) Cours Radios Communautaires | Projet UNESCO et Centres Communautaires d'information |

### **2. Carrefours d'actualité**

Il s'agit d'accueillir des personnalités et d'engager un dialogue, comme approfondissement des enseignements théoriques et formation à la prise de parole, à l'entrevue, etc.

### **3. *Les Grandes Conférences***

Elles sont organisées en fonction de thèmes d'actualité ou de thème de réflexion autour des médias et de la communication. Elles devraient faire l'objet de publications étudiantes, journaux-école, programmes radio ou télévisé.

Le but des grandes conférences est de mettre les étudiants en contact avec les confrères et des secteurs vitaux de la société, de leur apprendre à extraire les éléments essentiels d'un débat et à organiser des grands événements.

**UNIVERSITE CHEIKH ANTA DIOP DE DAKAR**



**CENTRE D'ETUDES DES SCIENCES ET  
TECHNIQUES DE L'INFORMATION  
(CESTI)**

Tél : (221) 824.68.75 / 824.93.66

Fax : (221) 824.24.17 E.mail : [eugenieraw@hotmail.com](mailto:eugenieraw@hotmail.com)

**LISTE DES ENSEIGNEMENTS DISPENSES A LA  
CARTE  
PAR LA DIVISION PROJETS ET FORMATION  
CONTINUE (D.P.F.C)**

**AU CHOIX**

1. – COLLECTE ET TRAITEMENT DE L'INFORMATION
2. – LE MULTIMEDIA ET L'INTERNET
3. – LES LOGICIELS INFORMATIQUES
4. – ENQUETES ET SONDAGES
5. – LES METHODES EN SCIENCES SOCIALES (ENSEIGNEMENT THEORIQUE)
6. – TECHNIQUE DE COMMUNICATION
7. – EDUCATION AUX MEDIAS
8. – PRODUCTION DE MATERIEL DIDACTIQUE
9. – ANALYSE PROSPECTIVE
10. – SOCIOLOGIE DU DEVELOPPEMENT
11. – METHODES PARTICIPATIVES
12. – SOCIOLOGIE RURALE
13. – CULTURE ORGANISATIONNELLE
14. – LEADERSHIP ET MANAGEMENT
15. – DROIT ET DEONTOLOGIE
16. – COMMUNICATION SCIENTIFIQUE ET PREVENTIVE
17. – ECOLOGIE ET ENVIRONNEMENT
18. – GEOPOLITIQUE
19. – RELATIONS INTERNATIONALES
20. – APPROCHE GENRE
21. – INFORMATION, EDUCATION EN COMMUNICATION (I.E.C)
22. – INFORMATION EN MATIERE DE POPULATION (I.M.P)

- 23. – CONCEPTION , SUIVI ET EVALUATION DE PROJETS EN INFORMATION ET COMMUNICATION**
- 24. – ANALYSE DE L'IMAGINAIRE ET CONNAISSANCE DES OBJETS CULTURELS**
- 25. – SPORTS ET SOCIETE**
- 26. LE PHOTOJOURNALISME**

# **MODULES C.E.S.T.I.**

## **RELATIONS PUBLIQUES**

- PSYCHOSOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATION :
  - COMMUNICATION VERTICALE
  - COMMUNICATION HORIZONTALE
- LE RESEAU
- IMPROVISATION ET ANALYSE / MODERATION ET ARBITRAGE
- APPROCHE DES MEDIAS ( RADIO, TELE, PRESSE ECRITE, IMAGE)
- RELEVEMENT DU NIVEAU DE LANGUE
- TECHNIQUES DE COMMUNICATION

## **MARKETING ET PUBLICITE**

- PSYCHOSOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATION
- TECHNIQUES DE COMMUNICATION
- SOCIOLOGIE DE LA PUBLICITE
- LA NOTION DE BESOIN , LA PULSION D'ACHAT ET LA VENTE
- LA VISIBILITE DU PRODUIT
- ENQUETES ET SONDAGES
- LE SPOT PUBLICITAIRE

## **CONSEIL EN COMMUNICATION**

- RELATIONS PUBLIQUES
- REDACTION ADMINISTRATIVE
- REDACTION DU DISCOURS
- RELATIONS AVEC LA PRESSE ET LES MEDIAS
- COMMUNICATION INTERNE ET COMMUNICATION EXTERNE
- COMMUNICATION EVENEMENTIELLE
- 

## **LES METIERS DE LA TELEVISION**

- COLLECTE ET TRAITEMENT DE L' INFORMATION
- GENRES REDACTIONNELS ET ECRITURE TELEVISUELLE
- PLATEAU
- PRISE DE VUE, MONTAGE ET REALISATION
- INFORMATION DOCUMENTAIRE



## **LES METIERS DE LA RADIO**

- COLLECTE ET TRAITEMENT DE L' INFORMATION
- GENRES REDACTIONNELS ET ECRITURE
- PRISE DE SON
- TECHNIQUES DE MONTAGE
- INFORMATION DOCUMENTAIRE

## **LES METIERS DE LA PRESSE ECRITE**

- COLLECTE ET TRAITEMENT DE L' INFORMATION
- GENRES REDACTIONNELS
- SECRETARIAT DE REDACTION
- INFORMATION DOCUMENTAIRE
- LAPHOTO

## **COMMUNICATION D'ENTREPRISE**

- CULTURE ORGANISATIONNELLE
- PSYCHOSOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATION
- DISCOURS ET GENRES REDACTIONNELS
- COMMUNICATION EVENEMENTIELLE
- COMMUNICATION INTERNE ET COMMUNICATION EXTERNE

## **Communication politique**

- PSYCHOSOCIOLOGIE DE LA COMMUNICATION
- SOCIOLOGIE POLITIQUE
- MARKETING POLITIQUE
- COMPORTEMENT MEDIATIQUE
- ANALYSE PROSPECTIVE ET SCENARII
- MAITRISE DU FRANÇAIS