



ISIG INTERNATIONAL

Et la connaissance augmentera

PROCOLE DE MEMOIRE

NOM : KABORE

PRENOM : Kiswendsida Jules César

FILIERE : Licence communication des entreprises et des institutions

E-MAIL : julescesarkabore@yahoo.fr

CEL : 71018821/78101106

Proposition

**TIC ET MEDIAS PUBLICS AU BURKINA FASO :
CAS DE LA WEBDIFFUSION DE LA RTB**

La communication connaît un développement sans précédent et impose un autre système de management et de promotion des entreprises qui entendent prospérer et se faire une place de choix dans le contexte actuel de mondialisation des échanges. L'idée de cette recherche est née d'un besoin personnel de vouloir mieux appréhender la communication externe à travers les technologies de l'information et de la communication (tic) particulièrement l'animation et la promotion d'un site web une fois réalisé. L'internet est un outil de communication externe au sein d'une entreprise ou une institution. Nous avons voulu en abordant ce sujet comprendre surtout comment une télévision publique utilise l'internet pour une communication de masse.

Sur le plan social, elle répondra aux attentes de l'accessibilité de l'information en tout instant et partout au monde; un média a pour rôle de rendre publique l'information à l'intention de la population et d'établir une communication. Une bonne communication a un effet positif sur le climat national et international et permet d'être à l'écoute de la population, en prenant en compte l'opinion de la population pour une communication interactive.

Un tel sujet trouve sa pertinence dans le fait qu'il peut démontrer de façon concrète de nombreux profits. Et ce qu'une communication externe peut offrir à la population en utilisant un outil performant et efficace qui est l'internet.

C'est pourquoi dans cette étude, il s'agira pour nous d'aborder le thème suivant : « **tic et medias publics au BURKINA FASO: cas de la webdiffusion à la RTB** ».

PROBLEMATIQUE

L'étude, vise à décrire pourquoi la RTB s'est lancée dans la webdiffusion d'une part et comment elle gère, anime et fait la promotion de son site web. Cette description permettra de relever les points d'insuffisance à corriger. Pour y arriver elle répondra en priorité aux questions suivantes :

- Quelles stratégies pour une gestion efficace de la diffusion d'une télévision sur l'internet?
- Quel avantage l'internet peut apporter à un media comme la radiotélévision du Burkina?
- Quelles sont les méthodes de promotion du site web développé par la RTB ?

L'OBJECTIF DE L'ETUDE

Des nouvelles habitudes de consommation se développent les médias sont contraint d'intégrer les tic dans leur tragédie d'entreprise et dans la conquête d'une audience plus forte qui ne considère pas les frontières. L'étude vise à montrer comment la rtb a-t-elle pris en compte cette nouvelle donne.

OBJECTIFS SPECIFIQUES

Les objectifs spécifiques de l'étude sont :

- Identifier les forces et les faiblesses de l'internet en tant que outil de Communication au sein des services des programmes de la direction de la RTB
- Contribuer à améliorer les prestations des services de la webdiffusion sur le site web

HYPOTHESE

Les objectifs ci-dessus nous amènent à émettre les hypothèses suivantes :

- La webdiffusion de la RTB répond à toutes les principales exigences requises;

- La RTB à augmenté et diversifié son audience;
- Les usagers sont satisfait du site web de la RTB ;

L'INTERET DE L'ETUDE

L'étude vise à comprendre et analyser le processus de l'animation, de gestion et de promotion d'un site web et son amélioration.

METHODOLOGIE

La méthodologie utilisée pour cette étude consistera à une analyse du site web de la RTB, complétée par une revue de la documentation préalable et par des enquêtes de terrain.

LE PLAN PREVISIOIRE

Plan de travail

1ère Partie : CADRE THEORIQUE
Introduction générale

PRESENTATION DES STRUCTURES D'ACCUEIL
CHAPITRE I : GENERALITES
I-DEFINITION
1- WEBDIFFUSION
2- LE STREAMING

- II-LA RTB
- 1- LA RTB
- 2- LA RADIODIFFUSION
- 3- LA TELEVISION
- 4- LA WEBDIFFUSION

CHAPITRE II : LA WEBDIFFUSION

I-GENERALITES

- 1- LA REDACTION
- 2- LE NODAL WEB

II- LA GESTION, ANIMATION ET PROMOTION DU SITE WEB DE LA RTB

- 1- LA GESTION DU SITE
- 2- L'ANIMATION ET LA PROMOTION DU SITE

CHAPITRE III : LA PAGE DU SITE WEB DE LA RTB

- I-LES TYPES D'INFORMATION SUR LE SITE
- II-INTERNET POUR QUOI FAIRE ?
- III-INTERNET POUR QUI ?
- IV-AVANTAGES ET INCONVENIENT DE L'INTERNET POUR LA RTB

CHAPITRE IV : LA MISE EN LIGNE DES EMISSIONS

- I- LA MISE EN LIGNE DES EMISSIONS TELEVISIONS
- II- LA MISE EN LIGNE DES EMISSIONS PARLEES
- III- LA PUBLICATION DES ARTICLES
- IV- LE STREAMING

2^{ème} Partie: CADRE PRATIQUE

Chapitre 1 : METHODOLOGIE

Chapitre 2 : PRESENTATION ET INTERPRETATION DES RESULTATS

Conclusion Générale

Annexes

Webographie

