Présentation

En bref...

Exprimer la différence

Nous avons pour principe pédagogique de proposer très tôt de nombreux travaux à caractère professionnel : étude de cas, étude de faisabilité, gestion de projet, réalisations.

Langue d'enseignement :

Durée :
année(s)

Niveau d'études :

Objectifs

Le parcours Communication des organisations forme des communicants dont la tâche est de valoriser l'image de l'organisation qui les emploie, en interne comme en externe. Ces spécialistes de la communication déterminent, accompagnent ou mettent en œuvre des politiques de communication. Pour cela, ils créent et réalisent des supports de communication sous différentes formes en fonction des publics visés. Dotés de compétences relationnelles, ils mettent en place des actions de communication et de relations avec les publics. Ils sont créateurs de valeur par la diffusion et la promotion de l'information.

La vingtaine d'étudiants apprend à développer les relations avec les partenaires et les parties prenantes ; entretenir les relations médias ; construire une identité ; façonner une image et la faire partager (communication événementielle, communication interne...) en conformité avec le projet d'une organisation ; concevoir et diffuser des contenus (presse écrite, web, écrans, photographie) ; mettre en œuvre les dispositifs web et utiliser les réseaux sociaux ; contribuer à la définition d'une ligne éditoriale ; alimenter et animer les réseaux sociaux, (éditoriale, plurimédia et digitale) ; participer à la dimension stratégique de la communication ; développer les comportements responsables et durables.

Contenu de la formation

L'équipe est composée de sept enseignants chercheurs, d'un professionnel associé à mi- temps et d'une quarantaine de spécialistes de la communication.

- * analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international.
- * informer et communiquer au sein des organisations,
- * concevoir une stratégie de communication,
- * élaborer des moyens de communication,
- * piloter les relations avec les parties prenantes.

Les 3 années du programme national comportent 1800 heures de formation sur 6 semestres, 600 heures de projets tutorés, 22 à 26 semaines de stage.

Les cours se déroulent du lundi au vendredi, avec une moyenne annuelle de 33 heures par semaine.

En voici quelques-uns : connaissance des médias, communication des organisations, théories des Sciences de l'Information et de la Communication, sémiologie de l'image, psychosociologie de la communication, anthropologie de la communication, communication globale, atelier d'édition, atelier audiovisuel, relations presse, communication événementielle, création de sites et webdesign, plan de communication, gestion de projet, communication territoriale, culture numérique, etc.

Admission / Recrutement

Compte tenu de la pandémie, la sélection s'effectue exclusivement sur dossier à partir des éléments suivants : cursus scolaire/universitaire, notes des épreuves anticipées de français au bac, parcours comportant les éventuelles expériences pré-professionnelles et/ou, projet de formation motivé comportant l'exposé des démarches engagées pour connaître nos métiers, réponses aux questions complémentaires (lectures spécifiques, lien internet vers travaux, dossiers réalisations, rencontres, etc. exprimant un intérêt pour les métiers de la communication). Pour postuler au sein de l'IUT, vous devez saisir vos vœux sur la plateforme Parcoursup.

Plus d'informations # **Être candidat-e**

Attention aux dates limites de téléchargement et de dépôt.

Public visé

La formation est ouverte aux élèves de terminale (toutes spécialités), aux titulaires du baccalauréat ou d'un diplôme équivalent (DAEU, etc.), aux étudiants de l'enseignement supérieur.

Elle exige une aisance relationnelle et rédactionnelle, un esprit d'initiative, des capacités d'écoute, d'adaptation, de synthèse et le sens de l'engagement.

Tarifs et droits d'inscriptions

Se renseigner sur le site de l'IUT, rubrique # **Scolarité**

Les étudiants doivent justifier d'une assurance responsabilité civile.

Parcours professionnels

À l'issue de la formation, les étudiants peuvent choisir de poursuivre en master spécialisé ou s'insérer comme chargés de communication, conseillers en relations presse, chargés de relations publiques, chargés d'édition, chefs de projets, concepteurs événementiels, animateurs de réseaux, etc.