

IUT de Besançon-Vesoul

France

<http://iut-bv.univ-fcomte.fr>

Points ECTS : 60

Niveau de diplôme validé à la sortie :
Bac+3

Durée de la formation :

Volume horaire global : 550

Formation : Initiale et continue.

Contact : Frédéric KAPALA

maryse.freyburger@univ-fcomte.fr

03 81 66 68 06

INFORMATIONS

Maison des étudiants
36A avenue de l'Observatoire
25030 Besançon cedex

■ formation initiale

Orientation stage emploi
tél. 03 81 66 50 65
ose@univ-fcomte.fr

■ formation continue

tél. 03 81 66 61 21
form-cont@univ-fcomte.fr

Licence professionnelle Métiers de la communication : chargé de communication

Dénomination officielle : Licence professionnelle Métiers de la communication : chargé de communication

Domaine de formation : Droit, économie, gestion

■ Présentation

La licence professionnelle "Métiers de la Communication : chargé de communication. Parcours Communication Publique" propose à un public très diversifié de niveau BAC+2 une formation d'une année (de début septembre à fin juin). Elle accueille majoritairement des étudiants en formation initiale et, dans une moindre proportion, des étudiants en contrat de professionnalisation. Elle ne dispose pas de l'apprentissage. La formation comporte sept UE structurées en blocs de compétences. L'UE5 est dédiée à la construction du projet personnel et professionnel. les UE6 et UE7 sont consacrées à des expériences professionnalisantes, stage et projet tuteuré. Les cours ont lieu en semaine complète durant les trois premières semaines de septembre afin de mettre tous les étudiants à niveau dans les matières fondamentales de la communication et de la communication publique. À partir de la dernière semaine de septembre et durant toute l'année, Les enseignements se déroulent sur une 1/2 semaine (du lundi toute la journée au mercredi midi) afin de permettre aux étudiants alternants en contrat de professionnalisation de se rendre dans leur structure d'accueil. Les étudiants en formation initiale disposent de leur côté d'un temps pour travailler notamment sur leurs projets tuteurés, pour exercer un emploi, ou encore de réaliser un service civique. Il est à noter que le travail personnel et les travaux de groupes demandés aux étudiant représentent une charge importante et constituent un élément incontournable de la formation. Les étudiants en formation initiale réalisent un stage de 3 mois (de début janvier à fin mars) au début du S6. Stages et projets tuteurés donnent lieu à des soutenances devant un jury, assorties de la remise d'un rapport. Les soutenances de stage et de projet tuteuré ont lieu en juin. Les cours ont lieu dans une salle du département Information-Communication de l'IUT de Besançon-Vesoul. Elle est dédiée aux cours des deux LP rattachées à ce département.

■ Objectifs

Le titulaire du diplôme est un professionnel chargé de communication au sein du service communication d'une grande collectivité territoriale, d'un groupement de collectivités ou d'un établissement public, d'un organisme de développement local, (ex. agence de développement, organisme consulaire, etc.), ou de toute structure menant une mission de service public. Associé à une sensibilité juridique, administrative, littéraire ou technologique, ses compétences stratégiques et techniques en communication lui permettent d'être à l'aise dans le contexte de la vie publique locale, avec ses institutions et ses règles. Le titulaire de diplôme peut évoluer dans de nombreuses structures, dans un secteur en pleine expansion dans un contexte de restructuration des territoires à de multiples échelles.

■ Compétences

Les compétences construites au cours de la formation renvoient à plusieurs blocs de compétences :

- Compétences stratégiques
- Compétences méthodologiques et techniques
- Compétences administratives, juridiques et financières
- Compétences culturelles et linguistiques

1. Compétences stratégiques

1.1 Classes de situations professionnelles concernées

- Communication territoriale
- Communication touristique
- Développement local
- Alliances et communication d'influence
- Communication interne aux organismes publics
- Accompagnement au changement dans les organismes publics
- Relations avec les médias

1.2 Types de problèmes traités

- (re)Construire l'identité du territoire et assurer sa promotion grâce à la connaissance du territoire. Participer à l'élaboration de la stratégie de communication (projet de territoire, plan de communication). Participer à l'élaboration de la stratégie de développement local (promotion du territoire auprès des agents économiques, marketing territorial). Participer à l'élaboration d'une stratégie de communication touristique.
- Choisir les formes et moyens de communication avec les citoyens et mettre en œuvre la démocratie participative.
- Choisir comment communiquer avec les médias, les autres collectivités et les instances nationales et européennes.
- Gérer les relations presse.
- Appréhender la communication d'influence et les alliances stratégiques par la compréhension des interactions entre collectivités et la connaissance des institutions européennes et des politiques européennes.

- Choisir les formes et moyens de communication à l'intérieur de la collectivité, s'adapter à la structure décisionnelle dans les collectivités et mettre en œuvre une stratégie de communication interne.
2. Compétences méthodologiques et techniques
- 2.1 Classes de situations professionnelles concernées
- Évaluation de la communication publique
 - Circonscription des cibles de la communication publique
 - Organisation d'événements
 - Projet de réalisation d'un média
- 2.2 Types de problèmes traités
- Élaborer et mettre en œuvre des enquêtes quantitatives et qualitatives
 - Gérer le management de projets
 - Gérer une communication de crise
 - S'exprimer correctement à l'écrit et à l'oral
 - Rédiger pour la presse écrite
 - Utiliser les outils de la PAO & de l'infographie
 - Maîtriser la chaîne graphique
 - Gérer un site internet de type CMS et savoir rédiger pour le web (référencement naturel)
 - Organiser un mailing
3. Compétences administratives, juridiques et financières
- 3.1 Classes de situations professionnelles concernées
- Contextes institutionnels locaux
 - Contextes institutionnels nationaux
 - Contextes institutionnels européens
 - Droit de la communication publique
 - Statut des fonctions publiques
 - Achat public de la communication
 - Finances locales et comptabilité publique
 - Mécénat et partenariats public-privé
 - Management
- 3.2 Types de problèmes traités
- Replacer la communication publique dans le contexte institutionnel de l'État et de la décentralisation
 - Replacer la communication publique dans l'environnement institutionnel des collectivités locales
 - Replacer la communication publique dans le contexte des institutions européennes et des politiques européennes
 - Respecter les législations (droit d'auteur, droit à l'image...) dans la communication publique
 - Tenir compte du code des marchés publics
 - Comprendre et participer à l'élaboration d'un budget d'un service de communication
 - Mettre en place des partenariats financiers
 - Animer une équipe
 - Passer des concours de la fonction publique
4. Compétences culturelles et linguistiques
- 4.1 Classes de situations professionnelles concernées
- Fondements théoriques de la communication publique
 - Analyse de l'actualité
 - Communiquer en anglais
 - La communication publique dans d'autres espaces linguistiques (anglophones, germanophones et hispanophones)
- 4.2 Types de problèmes traités
- Étayer scientifiquement l'action de communication publique
 - Analyser l'actualité à travers le prisme de la communication publique
 - Nourrir la communication publique de la connaissance de l'actualité
 - Communiquer en anglais avec le public
 - Parler en anglais des territoires et de leurs institutions
 - Écrire en anglais des textes synthétiques
 - S'inspirer de la communication publique dans d'autres espaces linguistiques (anglophones, germanophones et hispanophones)

■ Prérequis

- une bonne expression écrite et orale
- des connaissances en communication, si possible en information-communication
- un projet professionnel en lien avec la communication publique

■ Public concerné

Le public est recruté selon le projet professionnel qui doit être en relation avec le domaine de la communication publique.

■ Public concerné

BTS Communication

BTS Tourisme

DUT Carrières juridiques

DUT Gestion des entreprises et des administrations, option Gestion comptable et financière

DUT Gestion des entreprises et des administrations, option Gestion des ressources humaines

DUT Gestion des entreprises et des administrations, option Gestion et management des organisations

DUT Information communication, option Communication des organisations

DUT Information communication, option Information numérique dans les organisations

DUT Information communication, option Journalisme

Licence Administration économique et sociale

Licence Administration publique

Licence Droit

Licence Géographie et aménagement

Licence Histoire
Licence Humanités
Licence Information-communication
Licence Langues, littératures et civilisations étrangères et régionales
Licence Lettres
Licence Science politique
Licence Sciences sociales
Licence Sociologie

■ Modalités particulières d'admission

Déposez votre demande d'admission sur le site de l'Université de Franche-Comté.

■ Formalités d'inscription

Déposez votre demande d'admission sur le site de l'Université de Franche-Comté.

■ Mobilité des étudiants

Possibilité d'effectuer le stage de 12 semaines à l'étranger.

■ Métiers

Types d'emplois accessibles: Chargé de communication, Responsable de la communication, Journaliste ou chargé de publications
Secteurs d'activités : Collectivité territoriale, Groupement de collectivités, Etablissement public, Organisme de développement local, Agence de développement, Organisme consulaire
Au sein des services de communication des Grandes villes, (+ de 50 000 habitants), villes moyennes, (15 à 50 000 habitants), et conseils généraux
Groupements intercommunaux, (communautés d'agglomération, communautés de communes...) EPL (organismes de logement social, établissements hospitaliers...) EPN, services de l'Etat, (DDE, DRASS, DDASS, DRTE...) Chambres consulaires, organismes de développement, organismes de promotion touristique... Toute association ou entreprise assurant une mission de service public ou de développement local.
Code ROME le plus proche : E 1103

Parcours Communication publique

Lieu de formation : Besançon

■ Objectifs

Le titulaire du diplôme est un professionnel chargé de communication au sein du service communication d'une grande collectivité territoriale, d'un groupement de collectivités ou d'un établissement public, d'un organisme de développement local, (ex. agence de développement, organisme consulaire, etc.), ou de toute structure menant une mission de service public. Associé à une sensibilité juridique, administrative, littéraire ou technologique, ses compétences stratégiques et techniques en communication lui permettent d'être à l'aise dans le contexte de la vie publique locale, avec ses institutions et ses règles. Le titulaire de diplôme peut évoluer dans de nombreuses structures, dans un secteur en pleine expansion dans un contexte de restructuration des territoires à de multiples échelles.

■ Compétences

1. Compétences stratégiques

- (re)Construire l'identité du territoire et assurer sa promotion grâce à la connaissance du territoire. Participer à l'élaboration de la stratégie de communication (projet de territoire, plan de communication). Participer à l'élaboration de la stratégie de développement local (promotion du territoire auprès des agents économiques, marketing territorial). Participer à l'élaboration d'une stratégie de communication touristique.
- Choisir les formes et moyens de communication avec les citoyens et mettre en œuvre la démocratie participative.
- Choisir comment communiquer avec les médias, les autres collectivités et les instances nationales et européennes.
- Gérer les relations presse.
- Appréhender la communication d'influence et les alliances stratégiques par la compréhension des interactions entre collectivités et la connaissance des institutions européennes et des politiques européennes.
- Choisir les formes et moyens de communication à l'intérieur de la collectivité, s'adapter à la structure décisionnelle dans les collectivités et mettre en œuvre une stratégie de communication interne.

2. Compétences méthodologiques et techniques

- Élaborer et mettre en œuvre des enquêtes quantitatives et qualitatives
- Gérer le management de projets
- Gérer une communication de crise
- S'exprimer correctement à l'écrit et à l'oral
- Rédiger pour la presse écrite
- Utiliser les outils de la PAO & de l'infographie
- Maîtriser la chaîne graphique
- Gérer un site internet de type CMS et savoir rédiger pour le web (référencement naturel)
- Organiser un mailing

3. Compétences administratives, juridiques et financières

- Replacer la communication publique dans le contexte institutionnel de l'État et de la décentralisation
- Replacer la communication publique dans l'environnement institutionnel des collectivités locales
- Replacer la communication publique dans le contexte des institutions européennes et des politiques européennes
- Respecter les législations (droit d'auteur, droit à l'image...) dans la communication publique
- Tenir compte du code des marchés publics
- Comprendre et participer à l'élaboration d'un budget d'un service de communication
- Mettre en place des partenariats financiers
- Animer une équipe
- Passer des concours de la fonction publique

4. Compétences culturelles et linguistiques

- Étayer scientifiquement l'action de communication publique
- Analyser l'actualité à travers le prisme de la communication publique
- Nourrir la communication publique de la connaissance de l'actualité
- Communiquer en anglais avec le public
- Parler en anglais des territoires et de leurs institutions
- Écrire en anglais des textes synthétiques
- S'inspirer de la communication publique dans d'autres espaces linguistiques (anglophones, germanophones et hispanophones)

■ Mobilité des étudiants


Possibilité d'effectuer le stage de 12 semaines à l'étranger.

■ Métiers

- Chargé de communication- Responsable de la communication- Journaliste ou chargé de publications

Contact : Frédéric KAPALA

 maryse.freyburger@univ-fcomte.fr

 03 81 66 68 06

Semestre 05

	Type	ECTS	h CM	h TD	h TP
Culture administrative, juridique et financière	Obligatoire	6			
Achat public de la communication & Code des marchés publics & Finances locales et	Obligatoire	2		24	

	Type	ECTS	h CM	h TD	h TP
comptabilité publique & Mécénat et partenariats public-privé & Management					
Droit de la communication publique & Statut des fonctions publiques	Obligatoire	2		20	
L'État et la décentralisation & Les collectivités locales et leur environnement institutionnel & Les institutions européennes et les politiques européennes	Obligatoire	2		20	
Culture générale de la communication publique	Obligatoire	6			
Anglais : communiquer avec le public, parler des territoires et de leurs institutions, écrire des textes synthétiques...	Obligatoire	2		28	
Fondamentaux de la communication & Application à l'analyse de l'actualité	Obligatoire	2		28	
La communication publique dans l'espace anglo-saxon OU dans l'espace hispanophone OU dans l'espace germanophone	A choix	2		18	
Outils et méthodes pour la communication publique	Obligatoire	9			
Management de projet & Communication de crise & Organisation d'événements	Obligatoire	2		30	
Projet de réalisation média : Expression / Rédaction Journalistique / PAO / Chaîne graphique / CMS / Infographie / Mailing	Obligatoire	5		82	
Techniques d'enquête & Analyse quantitative et qualitative des données & Évaluation de la communication	Obligatoire	2		24	
Stratégies de communication	Obligatoire	9			
Stratégie de communication territoriale & Stratégie de communication touristique	Obligatoire	2		24	
Stratégie de développement local & Alliances stratégiques & Communication d'influence	Obligatoire	2		24	
Stratégie et outils de communication interne & Accompagnement au changement dans les organismes publics	Obligatoire	2		24	
Stratégie Média : Presse territoriale & Relation Presse & Social Media	Obligatoire	3		36	

Semestre 06

	Type	ECTS	h CM	h TD	h TP
Mise en situation professionnelle : projet tuteuré	Obligatoire	8		120	
Mise en situation professionnelle : stage	Obligatoire	16			
Projet professionnel : méthodes et outils	Obligatoire	6			
Accompagnement méthodologique à la recherche du stage, au mémoire et à la soutenance	Obligatoire	2		10	
Élaboration du projet professionnel et personnel - APP	Obligatoire	2		10	
Outils bureautiques & Outils numériques généralistes & Audio-visuel	Obligatoire	2		28	