

Parcours

Communication des organisations

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.

INSERTION

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.

OBJECTIFS PROFESSIONNELS

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.

Le parcours forme les étudiants 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, audiovisuel, 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,
- **participer** à la dimension stratégique de la communication,
- **développer** les comportements responsables et durables.

PUBLICS

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.

Formation
ouverte à
l'apprentissage
en 3^e année

CANDIDATURES

La sélection s'effectue exclusivement sur dossier.

Le jury d'admission appréciera le cursus scolaire/universitaire, les notes des épreuves anticipées de français au bac, le parcours comportant les éventuelles expériences pré-professionnelles, le projet de formation motivé comportant l'exposé des démarches engagées pour connaître nos métiers, les réponses aux questions complémentaires (lectures spécifiques, dossiers, réalisations, rencontres, etc., exprimant un intérêt pour les métiers de la communication).

ORGANISATION PÉDAGOGIQUE

L'équipe est mixte, formée d'enseignants, d'enseignants-chercheurs et de professionnels de la communication.

Les enseignements sont répartis en 5 grandes compétences :

- ☛ **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.

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.

Le parcours Communication des organisation de l'IUT porte un intérêt particulier à la communication sociale et solidaire. Celle-ci se distingue par une attention particulière portée à la démocratie, la citoyenneté, l'innovation sociale, le développement durable et les communs. Elle contribue à la valorisation et la mise en œuvre de missions d'intérêt général selon une éthique humaniste. Dans ce contexte, la communication s'inscrit dans un dialogue avec les citoyens, les médias, les acteurs économiques et sociaux et les acteurs publics.

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.

Le semestre 5 peut-être validé dans le cadre d'une mobilité internationale

CONTACT

tél. secrétariat 05 57 12 20 10

communication-iut@iut.u-bordeaux-montaigne.fr

