

Licence professionnelle "Bachelor universitaire de technologie"

INFORMATION-COMMUNICATION

[Arrêté du 15/04/2022 - BO spécial n°4 du 26 mai 2022](#)

Parcours Communication des organisations

Semestre 1

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et SAÉ)	TP adaptation locale	Type de compétence (voir détails des compétences)					
Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation	48h (adaptation locale)				1.2 ; 1.3					
	Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)						2				
	Étudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations							3.1 ; 3.3 3.4			
	Produire un cahier des tendances								4.1 ; 4.2 ; 4;3		
	Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques									5.1 ; 5.3	
	Portfoliio							1	2	3.1 ; 3.3 3.4	4.1 ; 4.2 ; 4;3
Ressources	SHS : sociologie, psychologie, anthropologie, ethnologie, philosophie	15h		38h	16h	1.1					
	Histoire des médias	10h				1.1					
	Sciences de l'information et de la communication	22h				1.2	2.4				
	Études des organisations	14h				1.3					
	Recherche d'information et veille	14h	5h			1.3	2.1				
	Expression écrite et orale	18h	9h				2.2				
	Publicatin assistée par ordinateur (PAO)	13h	8h				2.3				
	Informatique	13h	8h				2.2 ; 2.3				
	Web	13h	10h				2.3				
	Médias, usages et marchés	16h						3;1	4.1		
	Organisations professionnelles	16h						3.1 ; 3.3		5.2	
	Communication des organisations	18h						3.4			
	Gestion de projet	12h						3.5		5.2 ; 5.3	
	Culture graphique	12h							4.2		
	Outils numériques de visualisation et infographie	12h							4.3		
	Études des publics et des marchés	14h							3.3		5.2
	Traitement des données	10h									5.1
	Écrit et oral spécifiques	15h									5.3
	Anglais	18h	9h					2.2			
	Langue vivante 2	18h	9h					2.2			
	Projet personnel et professionnel	10h	5h					1	2	3	4

Compétences de niveau 1

		Détail des compétences	Niveau de compétence acquis
Compétence 1 DÉCRYPTER	1 - Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	1.1 - Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal	Niveau 1 : comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations
		1.2 - Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines	
		1.3 - Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel	
Compétence 2 PARTAGER	2 - Informer et communiquer au sein des organisations	2.1 - Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication	Niveau 1 : informer et communiquer en contexte pré-professionnel
		2.2 - Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle	
		2.3 - Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication	
		2.4 - Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles	
Compétence 3 CONCEVOIR	3 - Concevoir une stratégie de communication	3.1 - Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias	Niveau 1 : identifier les leviers d'une stratégie de communication
		3.2 - Faire l'expérience d'une construction de plan de communication	
		3.3 - Identifier et différencier les secteurs et les marchés	
		3.4 - Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables	
		3.5 - Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet	
Compétence 4 ÉLABORER	4 - Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, évènementiels)	4.1 - Identifier les moyens de communication (médias, print, numériques, évènementiels)	Niveau 1 : se familiariser avec les moyens de communication
		4.2 - Utiliser les moyens de communication selon les tendances artistiques et culturelles	
		4.3 - Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple	
Compétence 5 PILOTER	5 - Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)	5.1 - Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données	Niveau 1 : initier la relation par la connaissance des parties prenantes et de leur environnement
		5.2 - Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet	
		5.3 - Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées	

Semestre 2

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et SAÉ)	TP adaptation locale	Type de compétence (voir détails des compétences)					
Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	Analyser les évolutions d'un objet info-communicationnel	38h (adaptation locale)		48h	16h	1.1	2.1 ; 2.4				
	Décrire l'environnement socio-économique et juridique d'une organisation					1.1	2.1				
	Réaliser un plan de communication							3			5
	Produire une chronique audiovisuelle								4.1 ; 4.3 ; 4.4		
	Stage COMOR 1re année (8 à 12 semaines)						1	2	3	4	5
	Portfoliio						1	2	3	4	5
Ressources	Économie générale	18h		48h	16h	1.1					
	Droit du travail	18h				1.1 ; 1.3					
	SHS : sociologie, psychologie, anthropologie, ethnologie, philosophie	20h				1.1					
	Culture générale et humanités	14h				1.1					
	Expression écrite et orale	20h	6h				2.2				
	Image et son	15h	6h				2.2				
	Culture numérique	15h									
	Plan de communication	17h	10h					3.2 ; 3.4			
	Comportement des consommateurs	13h	9h					3;3 ; 3.4			
	Création graphique	13h	13h						4.3		
	Audiovisuel spécifique	11h	11h						4.4		
	Étude des besoins des parties prenantes	15h	15h							5.2 ; 5.3	
	Gestion de projet	11h	6h					3.5		5.2 ; 5.3	
	Anglais	20h	6h					2.2			
	Langue vivante 2	20h	6h					2.2			
	Projet personnel et professionnel	10h	5h					1	2	3	4

Compétences de niveau 1

		Détail des compétences	Niveau de compétence acquis
Compétence 1 DÉCRYPTER	1 - Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	1.1 - Identifier les dynamiques de transformation des sociétés d'un point de vue culturel, économique, social, sociétal	Niveau 1 : comprendre les enjeux de l'info-com pour le fonctionnement des organisations
		1.2 - Se familiariser avec les notions et les concepts d'information et de communication pour appréhender les enjeux des sociétés contemporaines	
		1.3 - Situer le fonctionnement d'une organisation dans son environnement institutionnel	
Compétence 2 PARTAGER	2 - Informer et communiquer au sein des organisations	2.1 - Réaliser une veille informationnelle en vue de préparer un dispositif d'information-communication	Niveau 1 : informer et communiquer en contexte pré-professionnel
		2.2 - Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication dans une approche générale et/ou de préparation à l'insertion professionnelle	
		2.3 - Maîtriser les fonctionnalités et les logiques de base des différents outils et dispositifs de communication	
		2.4 - Appréhender le rôle essentiel des technologies numériques dans les médiations sociales et culturelles	
Compétence 3 CONCEVOIR	3 - Concevoir une stratégie de communication	3.1 - Analyser et différencier les pratiques et les types de communication et de médias	Niveau 1 : identifier les leviers d'une stratégie de communication
		3.2 - Faire l'expérience d'une construction de plan de communication	
		3.3 - Identifier et différencier les secteurs et les marchés	
		3.4 - Analyser les stratégies de communication d'organisations comparables	
		3.5 - Identifier et sélectionner les types de ressources et de contraintes pour un projet	
Compétence 4 ÉLABORER	4 - Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)	4.1 - Identifier les moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)	Niveau 1 : se familiariser avec les moyens de communication
		4.2 - Utiliser les moyens de communication selon les tendances artistiques et culturelles	
		4.3 - Produire des contenus audiovisuels répondant à un cahier des charges technique simple	
Compétence 5 PILOTER	5 - Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)	5.1 - Formaliser sa connaissance des parties prenantes dans une base de données	Niveau 1 : initier la relation par la connaissance des parties prenantes et de leur environnement
		5.2 - Rechercher des éléments chiffrés (devis, budget, délais) pour encadrer la faisabilité d'un projet	
		5.3 - Analyser les besoins des parties prenantes pour adapter les solutions proposées	

Semestre 3

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et SAÉ)	TP adaptation locale	Type de compétence (voir détails des compétences)						
Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	Concevoir et organiser un évènement	55h (adaptation locale)		81h	45h			3.4 ; 3.5	4.1 ; 4.2			
	Proposer une recommandation sur la stratégie de communication					1.2 ; 1.3	2.4	3.1 ; 3.3 3.4				
	Concevoir un dispositif de communicatin hybridant des modalités physiques et numériques					1.2 ; 1.3	2.1 ; 2.2 2.4	3.2	4.1 ; 4.4			
	Créer un objet ou un service innovant								4.1 ; 4.2			
	Portfoliio					1.2 ; 1.3	2.1 ; 2.2 2.4	3.1 ; 3.3 3.4 ; 3.5	4.1 ; 4.2			
Ressources	Sciences de l'information et de la communication	20h						1.1	2.3			
	Linguistique sémiologique	30h						1.1	2.3			
	Culture numérique	20h						1.2	2.4			
	Expression écrite et orale	20h	10h						2.1 ; 2.2			
	Design graphique et audiovisuel	18h	18h									
	Communication évènementielle et gestion de projet opérationnel	18h	12h							3.5		5.1 ; 5.4
	Marketing / webmarketing	14h	10h					3.3 ; 3.4		5.2		
	Communication interne	13h	10h					3.1 ; 3.2 3.5		5.2 ; 5.3 ; 5.4		
	Anglais	20h	10h				2.1 ; 2.2					
	Langue vivante 2	20h	10h				2.1 ; 2.2					
	Projet personnel et professionnel	10h					1	2	3			

Compétences de niveau 2

		Détail des compétences	Niveau de compétence acquis
Compétence 1 DÉCRYPTER	1 - Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	1.1 - Mobiliser les ressources des différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service 1.2 - Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production 1.3 - Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation	Niveau 2 : analyser et mettre en œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations
Compétence 2 PARTAGER	2 - Informer et communiquer au sein des organisations	2.1 - Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande 2.2 - Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels 2.3 - S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils 2.4 - Respecter les règles de droit relatives à l'information et à la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers	Niveau 2 : informer et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)
Compétence 3 CONCEVOIR	3 - Concevoir une stratégie de communication	3.1 - Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle 3.2 - Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social média, dans le respect du cadre réglementaire du secteur 3.3 - Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle 3.4 - Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire 3.5 - Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions	Niveau 2 : mettre en œuvre une stratégie de communication et ses étapes
Compétence 4 ÉLABORER	4 - Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)	4.1 - Réaliser des supports visuels (print, web) et audio 4.2 - Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel) 4.3 - Gérer des systèmes de gestion des contenus (CMS) 4.4 - Produire des textes et des documents en conformité avec la ligne éditoriale	Niveau 2 : appliquer une ligne éditoriale en la déclinant suivant les moyens mobilisés
Compétence 5 PILOTER	5 - Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)	5.1 - Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité 5.2 - Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP) 5.3 - Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants 5.4 - Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication	Niveau 2 : gérer les relations courantes avec les parties prenantes

Semestre 4

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et SAÉ)	TP adaptation locale	Type de compétence (voir détails des compétences)						
						1	2	3	4	5		
Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	Répondre à un brief client (training)	44h (adaptation locale)		60h	35h	1	2	3	4	5		
	Construire une stratégie de communication numérique					1.2		3.1 ; 3.5	4.3 ; 4.4	5.3 ; 5.4		
	Stage 2e année (8 à 12 semaines)					1	2	3	4	5		
	Portfolio					1	2	3	4	5		
Ressources	Sciences humaines et sociales	18h				60h	35h	1.1	2.3			
	Droit de l'information-communication	18h						1.3	2.4			
	Veille	18h						1.2 ; 1.3	2.4			
	Expression écrite et orale	20h	10h						2.1 ; 2.2			
	Communication numérique, webdesign et data management	14h	14h									
	Gestion de projet relationnel	12h	6h									5
	Stratégie de communication	12h	8h								3	
	Anglais	20h	10h							2.1 ; 2.2		
	Langue vivante 2	20h	10h					2.1 ; 2.2				
	Projet personnel et professionnel	10h			1			2	3	4	5	

Compétences de niveau 2

		Détail des compétences	Niveau de compétence acquis
Compétence 1 DÉCRYPTER	1 - Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	1.1 - Mobiliser les ressources des différentes disciplines pour l'élaboration d'un produit ou d'un service 1.2 - Mobiliser les tendances de la culture numérique dans l'élaboration d'une action ou d'une production 1.3 - Adapter ses propositions et actions à l'environnement socio-économique d'une organisation	Niveau 2 : analyser et mettre en œuvre les pratiques de l'info-com nécessaires aux organisations
Compétence 2 PARTAGER	2 - Informer et communiquer au sein des organisations	2.1 - Utiliser différents modes et techniques d'expression et de communication en réponse à une commande 2.2 - Produire des documents au service d'un projet en sélectionnant les outils et dispositifs de communication professionnels 2.3 - S'approprier les théories de l'info-com pour évaluer sa pratique et l'adapter à l'évolution des contextes et outils 2.4 - Respecter les règles de droit relatives à l'information et à la gestion des données pour répondre aux exigences des différents métiers	Niveau 2 : informer et communiquer en contexte professionnel (en fonction des objectifs, cibles, messages et supports)
Compétence 3 CONCEVOIR	3 - Concevoir une stratégie de communication	3.1 - Formuler une recommandation stratégique et opérationnelle 3.2 - Sélectionner des moyens médias, hors-médias, social média, dans le respect du cadre réglementaire du secteur 3.3 - Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle 3.4 - Mobiliser une méthodologie pour répondre à la demande d'un commanditaire 3.5 - Suivre et contrôler la mise en œuvre des actions	Niveau 2 : mettre en œuvre une stratégie de communication et ses étapes
Compétence 4 ÉLABORER	4 - Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)	4.1 - Réaliser des supports visuels (print, web) et audio 4.2 - Écrire un cahier des charges pour concevoir un moyen de communication (média, print, numérique, événementiel) 4.3 - Gérer des systèmes de gestion des contenus (CMS) 4.4 - Produire des textes et des documents en conformité avec la ligne éditoriale	Niveau 2 : appliquer une ligne éditoriale en la déclinant suivant les moyens mobilisés
Compétence 5 PILOTER	5 - Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)	5.1 - Choisir des prestataires en définissant des critères de qualité 5.2 - Alimenter qualitativement un système intégré de gestion d'information (ERP) 5.3 - Animer une communauté numérique, un réseau de partenaires ou de correspondants 5.4 - Coordonner et animer une équipe dans le cadre de la production de moyens de communication	Niveau 2 : gérer les relations courantes avec les parties prenantes

Semestre 5

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et SAÉ)	TP adaptation locale	Type de compétence (voir détails des compétences)					
						1	3.1 ; 3.3 ; 3.4	4.3 ; 4.5	5		
Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	Concevoir un dispositif de médiation culturelle ou scientifique	50h (adaptation locale)		74h	45h	1	3.1 ; 3.3 ; 3.4				
	Expérimenter une démarche expérimentale					1.3	3.3	4.3 ; 4.4	5.2		
	Construire une stratégie de communication sensible					1	3.3 ; 3.4	4.3	5		
	Portfolio					1.1					
Ressources	Sciences de l'information et de la communication	15h						1.2			
	Initiation aux relations et à la communication interculturelles	15h						1.3			
	Responsabilité sociale des organisations	20h							3.2 ; 3.3 ; 3.4	4.3 ; 4.5	5.4
	Création d'organisation	18h							3.1 ; 3.2	4.3 ; 4.5	5.1 ; 5.2 ; 5.3
	Management et stratégie des organisations	30h								4.1 ; 4.3 ; 4.4 ; 4.5	5.3 ; 5.4
	Conseil et marque - 1	30h							3.1 ; 3.3	4.2 ; 4.3 ; 4.5	5.1
	Outils de communicatin spécifique	26h								4.5	5.1 ; 5.3 ; 5.4
	Communication professionnelle avancée	22h							1	3	4
	Projet personnel et professionnel	10h									

Compétences de niveau 3

		Détail des compétences	Niveau de compétence acquis
Compétence 1 DÉCRYPTER	1 - Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	1.1 - Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques, économiques et de gestion qui justifient ses choix et ses actions	Niveau 3 : Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation
		1.2 - Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions	
		1.3 - Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions	
Compétence 3 CONCEVOIR	3 - Concevoir une stratégie de communication	3.1 - Concevoir et formatiliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation	Niveau 3 : élaborer et piloter une stratégie de communication et de marque
		3.2 - Décliner un plan de communication en interne	
		3.3 - Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle	
		3.4 - Définir une stratégie de relations "publics" et presse	
		3.5 - Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels	
Compétence 4 ÉLABORER	4 - Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)	4.1 - Réaliser un audit des moyens de communication	Niveau 3 : concevoir les moyens de communication selon une logique éditoriale
		4.2 - Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus	
		4.3 - Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels	
		4.4 - Optimiser le contenu éditorial (à destination des publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation (CRM))	
		Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais	
Compétence 5 PILOTER	5 - Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)	5.1 - Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme	Niveau 3 : coordonner les relations pour entretenir la confiance sur le long terme
		5.2 - Adapter les procédures lors d'une situation de changement	
		5.3 - Piloter des démarches d'amélioration continue	
		5.4 - Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)	

Semestre 6

Contexte	Activités / Cours	Volume horaire total	dont TP	Adaptation locale (Ressources et SAÉ)	TP adaptation locale	Type de compétence (voir détails des compétences)			
Situation d'apprentissage et d'évaluation (SAÉ)	Répondre à un brief client	26h (adaptation locale)		38h	35h	1	3	4	5
	Stage 3e année (12 à 16 semaines)					1	3	4	5
	Portfolio					1	3	4	5
Ressources	Sciences humaines et sociales	15h				1.1			
	Relations et communication interculturelles	15h				1.2			
	Conseil et marque - 2	17h	4h				3.1 ; 3.3 ; 3.4	4.2 ; 4.3 ; 4.5	
	Communication spécialisée	27h	8h				3.1 ; 3.4	4.1 ; 4.4	5.1 ; 5.2 ; 5.4
	Communication durable et RSE	12h	4h				3.1 ; 3.2 ; 3.4	4.3	5.3
	Projet personnel et professionnel	10h				1	3	4	5

Compétences de niveau 3

		Détail des compétences	Niveau de compétence acquis
Compétence 1 DÉCRYPTER	1 - Analyser les pratiques et les enjeux liés à l'information et à la communication au niveau local, national et international	1.1 - Mobiliser les concepts et méthodes des sciences de l'information et de la communication, des sciences humaines et sociales, des sciences juridiques,	Niveau 3 : Intégrer les enjeux info-communicationnels d'une organisation
		1.2 - Intégrer les dimensions internationales et interculturelles dans l'élaboration des actions	
		1.3 - Satisfaire aux exigences environnementales et éthiques dans l'élaboration des actions	
Compétence 3 CONCEVOIR	3 - Concevoir une stratégie de communication	3.1 - Concevoir et formaliser une recommandation en cohérence avec la stratégie de l'organisation	Niveau 3 : élaborer et piloter une stratégie de communication et de marque
		3.2 - Décliner un plan de communication en interne	
		3.3 - Réaliser des études marketing, médias, veille sectorielle	
		3.4 - Définir une stratégie de relations "publics" et presse	
		3.5 - Imaginer une stratégie de marque dans un contexte complexe aux enjeux multidimensionnels	
Compétence 4 ÉLABORER	4 - Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, événementiels)	4.1 - Réaliser un audit des moyens de communication	Niveau 3 : concevoir les moyens de communication selon une logique éditoriale
		4.2 - Coordonner la rédaction et la mise en ligne de contenus	
		4.3 - Assurer la cohérence de la mise en œuvre des moyens opérationnels	
		4.4 - Optimiser le contenu éditorial (à destination des publics spécifiques ou dans l'optique d'une exploitation (CRM))	
		Garantir le respect des objectifs : coûts, qualité, délais	
Compétence 5 PILOTER	5 - Piloter les relations avec les parties prenantes (prestataires, commanditaires, publics, usagers, clients...)	5.1 - Animer la relation avec les parties prenantes sur le long terme	Niveau 3 : coordonner les relations pour entretenir la confiance sur le long terme
		5.2 - Adapter les procédures lors d'une situation de changement	
		5.3 - Piloter des démarches d'amélioration continue	
		5.4 - Incarner la relation (posture commerciale, politique, associative...)	

De la formation à la vie professionnelle

Les 3 parcours du BUT proposés par le département Information-Communication de l'IUT2 Grenoble permettent de **développer les compétences professionnelles** attendues dans les domaines de l'information, la communication et la documentation.

	<i>Parcours</i> Communication des Organisations	<i>Parcours</i> Information Numérique dans les Organisations	<i>Parcours</i> Métiers du Livre et du Patrimoine
 Je suis formé(e) pour	<ul style="list-style-type: none"> • Concevoir une stratégie de communication • Élaborer des moyens de communication (médias, print, numériques, évènementiels) 	<ul style="list-style-type: none"> • Déployer un environnement informationnel • Concevoir une démarche de veille • Valoriser l'information numérique 	<ul style="list-style-type: none"> • Déployer une offre culturelle • Organiser des dispositifs de médiation / communication / vente • Gérer une organisation culturelle
	<ul style="list-style-type: none"> • 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 		
 J'assume des fonctions de*	<ul style="list-style-type: none"> • Chargé-e de communication • Chargé-e de relations publiques / presse • Webmaster • Community manager 	<ul style="list-style-type: none"> • Assistant-e content manager • Documentaliste • Chargé-e de veille informationnelle • Chargé-e de l'e-réputation et des réseaux sociaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliothécaire • Libraire • Responsable de fonds ou de la diffusion numérique d'informations et de produits numériques
 J'évolue vers*	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable de service • Chargé-e de mission • Chef-fe de projet 		

