

LIVRET PÉDAGOGIQUE DE L'ÉTUDIANT

M2 Information-Communication **COMMUNICATION & TERRITOIRES**

2019
-
2020



IUT Paul Sabatier

Département Information Communication
115 route de Narbonne
31077 Toulouse Cedex 4



LE MOT DE LA RESPONSABLE



Être capable de concevoir et de mettre en œuvre les politiques et les actions de communication des organisations publiques et privées en ayant intégré la dimension territoriale dans leur fonctionnement, tel est l'objectif central de la formation dispensée par ce Master 2. A forte dimension professionnelle, le master « Communication et Territoires » est aujourd'hui un master indifférencié qui permet également à ceux qui le souhaitent de suivre un parcours préparant l'inscription en thèse. Il est accessible via la validation des acquis, en alternance, en contrat pro, en formation continue et en formation initiale. Ouvert en octobre 2005 à l'Université Toulouse 3 sous le titre « Communication dans l'espace local et régional », ce diplôme bénéficie d'une excellente intégration dans l'environnement socio-économique de la région.

Il a pour ambition de former des cadres capable d'élaborer des stratégies de communication multi-supports et de comprendre et d'analyser des situations organisationnelles complexes en les replaçant dans leur contexte économique, politique et social. Une telle capacité suppose, bien entendu, la maîtrise, d'une part, de savoirs théoriques spécialisés issus des sciences humaines et sociales, d'autre part, des savoirs, des savoir-faire et des techniques professionnelles. Mais elle demande aussi une ouverture et une sensibilité particulières aux enjeux, aux problématiques, aux préoccupations et aux pratiques des multiples acteurs de la communication territoriale (communication publique, politique, culturelle, touristique, sportive, environnementale...).

Brigitte Sebbah



Le Master 2 Communication et Territoires est une filière sélective de perfectionnement aux Sciences de l'information et de la Communication à partir de thématiques spécifiques tout en poursuivant un objectif central : concevoir et mettre en œuvre les politiques et les actions de communication des organisations publiques et privées en ayant intégré la dimension territoriale dans leur fonctionnement. L'année de formation permet aux étudiants d'acquérir une connaissance approfondie des enjeux liés aux évolutions de la communication publique et politique en articulation avec le(s) territoire(s). Ce parcours prend acte de l'intégration croissante du numérique dans la sphère publique et les divers secteurs professionnels en information et communication.

En formation initiale ou continue, en alternance et contrat de professionnalisation et avec la possibilité de validation des acquis, ce Master indifférencié (pro et recherche) sélectif (admission sur dossier) s'inscrit dans la mention Information-Communication.

SPOC

Formation initiale ou continue : admission sur dossier pour les titulaires d'une maîtrise ou d'un M1 ou d'un diplôme équivalent.

Possibilité de validation des acquis (VA, décret de 1985 ou VAE, loi de 2002).

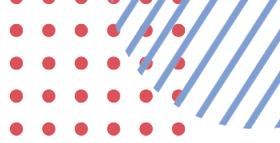
LES CHIFFRES-CLÉS

6 mois
de stage

17ème
Master*

6 axes
de formation

*17ème meilleur Master de France en communication selon le classement d'Edu-Universal (2018)



MODALITÉS DE RECRUTEMENT

POUR QUI ?

Cette formation s'adresse à tous les étudiants titulaires d'un Master 1 ou équivalent, en poursuite ou reprise d'études, ou aux profils pouvant attester d'une expérience professionnelle de plusieurs années pouvant donner lieu à une reconnaissance d'équivalence. Ce parcours est destiné à celles et ceux qui ont pour vocation d'exercer des responsabilités dans un service de communication.

COMMENT ?

L'inscription se fait après examen de la candidature par une commission pédagogique

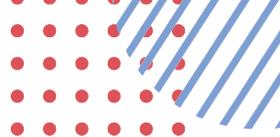
- En formation initiale ou contrat professionnel en alternance (possibilité de VA 85) : e-candidat + karine.letalle@iut-tlse3.fr
- En formation continue : karine.letalle@iut-tlse3.fr
- En apprentissage : brigitte.sebbah@iut-tlse3.fr
- En formation à distance (Formation tout au long de la vie - modules SPOC) : franck.bousquet@iut-tlse3.fr + bachir.atrous@univ-tlse3.fr (MFCA)

NB : La validation d'acquis associé aux cours à distance peut permettre d'obtenir un niveau Master en le complétant par un programme pédagogique construit en fonction des compétences déjà acquises ou à acquérir.

La présence de tous les étudiants est obligatoire lors de la réunion générale de pré-rentree le 10 septembre 2019 à 9H30 (salle Master).

Pour plus d'informations : la page internet du parcours Communication et Territoires (<http://www.m2-infocom.iut-tlse3.fr/>), le compte Twitter du Master (@cahiers2com).

PROGRAMME DES ENSEIGNEMENTS



60 ECTS sont dédiés aux 2 semestres, distribués sur 8 UE thématiques :

► SEMESTRE 9 (Septembre - Janvier)

UE Fondamentaux de la communication (9 ECTS) :

Théories de la communication - 10H CM + Communication culturelle et patrimoniale - 18H CM + Sponsoring et Mécénat - 12H CM + Enjeux et usages de la communication numérique - 12H CM

UE Contexte territorial (7 ECTS) :

Acteurs et Territoires - 18H CM + Territoires et Médias - 12H CM + Marketing de territoires - 12H CM

UE Outils et savoir-faire (7 ECTS) :

Outils de la communication numérique 12H TD + Stratégies de communication 18H CM + Veille stratégique 12H TD + Gestion de projet et de budget 9H CM + PAO 12h TD + Communication événementielle 6H CM + Relations Presse 6H CM

UE Compétences transversales (7 ECTS) :

Méthodologie de la recherche 18H CM + Anglais spécialisé 20H TD + Projet tutoré (25H eq.TD) + Conférences de professionnels et d'enseignants chercheurs par thématique (20H CM)

► SEMESTRE 10 (Janvier - Septembre)

UE Particularités sectorielles (3 ECTS) :

Communication touristique 12H CM + Communication publique, institutionnelle et politique 18H CM + Communication et théories de l'engagement 12H CM

UE Les enjeux contemporains de la communication (7 ECTS) :

Vie politique et institutions 12H CM + Communication et Environnement 12H CM + Analyse des outils et des discours de communication 18H CM + Ateliers Méthodologiques 40H CM + Conférences 20H CM

UE Contexte légal et institutionnel (2 ECTS) :

Éléments de droit public appliqués au territoire 12H CM SPOC+ Propriété intellectuelle 12H CM

UE Mise en situation professionnelle (18 ECTS) :

Projet tutoré 25H CM + Stage

DÉTAIL DES ENSEIGNEMENTS

Semestre 9

UE FONDAMENTAUX DE LA COMMUNICATION (9 ECTS)

Théories de la communication

Enseignant : Franck Bousquet (Professeur des universités en SIC)

franck.bousquet@iut-tlse3.fr

ECTS mutualisés / 10H CM. Ce cours adopte le parti pris d'aborder les théories de la communication en se concentrant sur les relations médias/société. Il s'agira d'aborder l'ensemble des courants qui ont construit l'approche médiatique des Sciences de l'Information et de la Communication. La communication sera donc entendue comme communication médiatique. A l'issue de cet enseignement, l'étudiant devra être capable de positionner ses connaissances dans le domaine des médias et de la communication en relation avec l'état de la recherche.

Sponsoring et mécénat

Enseignant : Christophe Alcantara (Maître de conférences en SIC)

christophe.alcantara@ut-capitole.fr

ECTS mutualisés / 12H CM. Dans le cadre de ce cours, il est proposé aux étudiants d'acquérir les savoirs nécessaires à la mise en œuvre d'actions de sponsoring et/ou de mécénat pour une organisation. La dimension communicationnelle est principale, mais les aspects juridiques et fiscaux sont également traités dans ce cours pour permettre aux étudiants d'être autonomes dans la conduite de telles actions de relations publiques. La dimension opérationnelle est recherchée pour conférer un caractère professionnel à cet enseignement

Enjeux et usages de la communication numérique

Enseignant : Christophe Alcantara (Maître de conférences en SIC)

christophe.alcantara@ut-capitole.fr

ECTS mutualisés / 12HCM. L'objectif de ce cours est de donner une vraie culture web aux étudiants pour nourrir leur capacité à être force de proposition. Deux thèmes sont abordés dans le cadre de cet enseignement: une approche macrosociale pour expliquer l'avènement de la société de l'information et une approche méso et microsociale pour appréhender les enjeux actuels de l'économie numérique.

Modalités de contrôle des connaissances pour les ECUE "Théories de la communication" + «Sponsoring et Mécénat» + « Enjeux et usages de la communication numérique »

1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% - écrit (1 épreuve tirée au sort entre les 3 matières) – durée : 3h
	Régime dérogatoire	Examen final
2ème session		Oral 100% - oral (1 sujet tiré au sort entre les 3 matières) – durée : 1h

Enseignant : Patrick Fraysse (Professeur des universités en SIC)

patrick.fraysse@iut-tlse3.fr

4 ECTS/ 18 H CM. Ce cours permettra d'aborder l'histoire et l'actualité du contexte administratif ainsi que la politique des biens culturels. Il s'agira aussi de saisir le sens et l'origine des règles qui organisent le champ culturel en France et en particulier le champ du patrimoine à partir de la nouvelle loi relative à la liberté de la création, à l'architecture et au patrimoine (dite loi CAP de juillet 2016). Un accent particulier sera mis sur l'apport des Sciences de l'information et de la communication (SIC) à propos de l'élaboration du concept de patrimoine et du processus de patrimonialisation, au regard de quelques enjeux actuels : une imbrication intensifiée entre « culture - communication - divertissement - tourisme », un emballement et une mise en scène de « la machinerie patrimoniale », une empreinte grandissante des « industries culturelles » et des politiques de labellisation. La communication patrimoniale est également entendue dans une perspective territoriale. Les différentes stratégies consistant à mettre en avant un territoire à partir du patrimoine serviront d'exemple dans l'analyse des notions de communication et de médiation culturelles. Des cas concrets sont observés chaque année à partir d'un voyage d'étude sur le terrain (Moissac, Conques, Agen, Cahors, Carcassonne, Albi...) et/ou à partir d'un événement (candidature Unesco ou autres labels, biennale européenne du patrimoine urbain...)

Modalités de contrôle des connaissances pour les ECUE "Communication culturelle et patrimoniale"

1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% - écrit
	Régime dérogatoire	Examen final
2ème session		Pas de 2nde session

Acteurs et Territoires

Enseignante : Brigitte Sebbah (Maîtresse de conférences en SIC)
brigitte.sebbah@iut-tlse3.fr

18HCM. Le cours “Acteurs et territoires”, est centré sur la notion de territoire. Il illustre et explique l'importance de ce concept pour mener à bien une politique de communication quelle que soit l'organisation qui la conduit. Il permet ainsi de connaître et d'analyser les logiques de territoires présidant aux actions des acteurs publics, mais aussi privés.

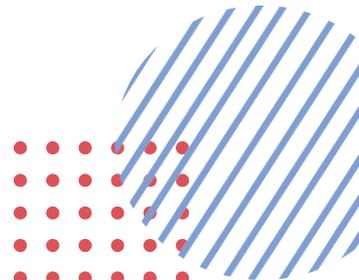
Les objectifs sont les suivants :

- Inscrire une politique de communication dans un contexte territorial
- Intégrer les problématiques contemporaines dans le développement et la gestion des stratégies de communication
- Maîtriser le contexte déterminant les pratiques de communication
- Conceptualiser, mettre en œuvre et gérer des stratégies de communication en y intégrant la dimension territoriale.
- Conceptualiser, mettre en œuvre et gérer des projets intégrant une dimension communicationnelle dans des environnements organisationnels complexes, en évolution et multi-scalaires.

Territoires et Médias

Enseignant : Franck Bousquet (Professeur des universités en SIC)
franck.bousquet@iut-tlse3.fr

12HCM. Ce cours a pour objectif de construire une approche communicationnelle du paysage médiatique infra-national et de ses productions. Il s'agit d'abord de revenir sur la généalogie et les particularités d'une information particulière, destinée à un territoire local ou régional, qui s'est développée en même temps que l'information nationale mais dont la légitimité politique et sociale à toujours été moindre. Dans un second temps il s'agit d'étudier les configurations présidant à la production contemporaine de cette information en étudiant aussi bien les instances de production d'un point de vue socio-économique que leur insertion dans un contexte politique et social. Enfin, dans un troisième temps, la question de la dématérialisation et des reconfigurations qu'elle entraîne dans la fabrication et la circulation de cette information sera analysée. La compétence première attendue à l'issue de cet enseignement est de savoir Conceptualiser, mettre en œuvre et gérer la dimension médiatique de la communication.



Marketing de territoires

Enseignant : Laurent Granger (Communiquant professionnel)

laurentgranger@free.fr

12HCM. Les objectifs de cet enseignement sont multiples et visent à identifier les évolutions et les particularités sectorielles du marketing territorial, en analyser la portée dans sa conception, l'élaboration et la mise en œuvre de politiques publiques. Les méthodologies d'élaboration sont ainsi au cœur de cet enseignement et s'appuient sur des études de cas, des mises en situation et des exemples.

Le contenu de cet enseignement s'inscrit dans le cadre d'une problématique principale, développée en trois temps :

- La gestion stratégique des territoires : entre compétition et coopération - économie, territoires et démocratie
- Les fondements du marketing territorial
- L'approche marketing dans le management territorial

Modalités de contrôle des connaissances pour les ECUE "Acteurs et Territoires"+ « Territoires et Médias » + « Marketing des territoires »

1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% - (1 épreuve tirée au sort entre les 3 matières) - durée : 3h
	Régime dérogatoire	Examen final
2ème session		Oral 100% -1 sujet tiré au sort entre les 3 matières - durée : 1H

UE OUTILS ET SAVOIR-FAIRE (7ECTS)

Outils de la communication numérique

Enseignante : Brigitte Sebbah (Maîtresse de conférences en SIC)

brigitte.sebbah@iut-tlse3.fr

12HTD. Ce cours a pour objectif de former aux nouvelles écritures en ligne, aux nouveaux formats interactifs et en mobilité (long form, cartographie interactive, timeline interactive, diaporamas, nouvelles formes de narrations, vidéo mobile) afin de développer une agilité à la fois dans le secteur du community management et à la fois sur les supports on line de la communication. La mise en perspective critique des enjeux contemporains de l'écosystème numérique sera articulée à l'atelier d'écritures numériques (angle, techniques de base rédactionnelles, nouveaux formats et plateformes en creative commons).

Stratégies de communication

Enseignante : Carine Coutard (Directrice de la communication de la ville de Cahors)
carine.coutard@gmail.com

18HCM. Le module de « Stratégie de communication globale » est programmé en tout début d'année dans une optique de remise à niveau. Il s'agit de permettre à tous les étudiants – formés antérieurement ou non à la communication – de conceptualiser, mettre en œuvre et gérer des stratégies de communication, en entreprise, association ou collectivité territoriale. Le module permet préliminairement d'appréhender les enjeux (et paradoxes) de la communication des organisations puis d'acquérir les bases théoriques et la méthodologie correspondante pour résoudre des cas concrets et décoder des stratégies mises en œuvre.

Plusieurs compétences sont visées :

- Définir la communication des organisations
- Conceptualiser et mettre en œuvre différentes formes de communication : externe & interne
- Élaborer un diagnostic de communication
- Élaborer un plan de communication : préciser des objectifs, identifier des cibles, choisir des moyens, évaluer des résultats
- Élaborer des préconisations, des recommandations
- Connaître les limites de la pratique

Veille stratégique

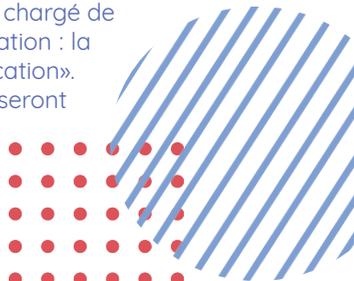
Enseignante : Brigitte Sebbah (Maitresse de conférences en SIC)
brigitte.sebbah@iut-tlse3.fr

12HTD. Ce cours a pour objectif de se former aux pratiques de veille (outils dédiés) dans un cadre stratégique à visée communicationnelle. Des stratégies structurantes pour élaborer un plan de veille adapté à un contexte spécifique et à un plan de communication dédié seront évoquées et articulées à la découverte et au maniement d'outils dédiés à l'élaboration de la veille.

Gestion de projet et de budget

Enseignant : Laurent Granger (Communiquant professionnel)
laurentgranger@free.fr

12HCM. Ce cours abordera trois grandes parties constitutives de la gestion de projet : «Le service communication, son organisation et le rôle du chargé de communication», «Préparer et conduire une action de communication : la gestion de projet», et «Être co-responsable de l'action de communication». Le budget, les matrices de décision et les méthodes d'évaluation seront aussi évoqués.





Enseignante : Julie Renard (Enseignante, LERASS)
julie.renard@iut-tlse3.fr

12HTD. Ce cours aborde les notions de base de la PAO (composition, typographie etc.) et propose une prise en main du logiciel avec ses principales fonctionnalités : création d'un document, zones du document, zone de travail, palette d'outils, calques, gabarits etc. Il aborde également les outils de feuille de style, d'importation de photos, etc. Le cours se veut avant tout pratique et les différents aspects de contenu seront avancés lors de multiples exercices pratiques (carte de visite, CV et plaquette multipages).

Communication événementielle

Enseignant(e) : Carine Coutard (Directrice de la communication de la ville de Cahors)carine.coutard@gmail.com

12HCM. L'objectif de ce cours arrimé à des cas pratiques consiste à maîtriser l'articulation entre une commande et la conception ainsi que la rédaction d'une recommandation adaptée. Il s'agit d'appréhender les enjeux et objectifs des entreprises dans leur communication interne événementielle. Être capable d'identifier leurs valeurs, leur langage, leur identité afin de répondre au mieux à leurs attentes. Les compétences visées sont les suivantes : Analyser et comprendre un brief / Savoir dégager les enjeux et les objectifs / Concevoir un événement à partir des enjeux et objectifs / Savoir argumenter sur la pertinence du concept proposé / Savoir le présenter et le défendre à l'écrit et à l'oral.

Relations presse

Enseignant(e) : Frédéric Neumann (Attaché de presse de la région Occitanie)
Frederic.neuman@laregion.fr

6HCM. L'objet de cours consiste à former les étudiant(e)s aux techniques et stratégies en matière de relations presse et médias, en prenant acte de l'intégration croissante du numérique dans le secteur de la communication aujourd'hui. Seront abordés la rédaction des communiqués, jusqu'à l'établissement d'un plan média et de diffusion de manière structurée en tenant compte des enjeux spécifiques liés aux cas abordés et du contexte informationnel et communicationnel.

Modalités de contrôle des connaissances pour les ECUE « Stratégies de communication » + « Veille stratégique » + « Outils de la communication numérique » + « Gestion de projet et de budget » + « Communication événementielle » + « PAO » + « Relations Presse »

1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% - écrit (1 dossier commun)
	Régime dérogatoire	Pas de régime dérogatoire
2ème session		Pas de 2nde session

Méthodologie de la recherche

Enseignant : Franck Bousquet (Professeur des universités en SIC)
franck.bousquet@iut-tlse3.fr

18HCM. Il s'agit de perfectionner et d'enrichir la méthode pour construire une approche scientifique d'un objet de recherche. Les étudiants travailleront sur la problématique, la construction des hypothèses et la construction d'un plan.

Il s'agira également de savoir choisir la méthodologie la plus pertinente pour résoudre un problème de recherche. Enfin une attention particulière sera accordée aux approches info-communicationnelles et à la construction d'une bibliographie adéquate. L'encadrement des mémoires est assuré par les enseignants-chercheurs.

Anglais spécialisé

Enseignante : Marie-Ange Castillon
marie-ange.castillon@iut-tlse3.fr

20HTD. Objectifs

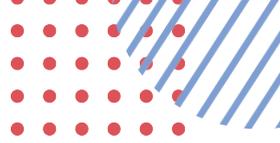
- Comprendre et pratiquer l'anglais dans le cadre de sa spécialité, à l'écrit comme à l'oral;
- Identifier et analyser des documents authentiques très divers en anglais liés à la communication de grandes métropoles ou de territoires;
- Concevoir, présenter et promouvoir un projet en anglais.

Une première partie des séances sera consacrée à l'étude des stratégies de communications de grandes métropoles à partir d'exemples concrets comme New York, Amsterdam, Melbourne (etc..) en attachant une attention particulière aux publics et aux objectifs visés, aux moyens et aux outils employés en regard des résultats obtenus.

Dans un deuxième temps, les étudiants seront invités à travailler en groupes autour d'un projet de «city branding ».

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE "Anglais"

1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% - 1 écrit
	Régime dérogatoire	Examen final
2ème session		Pas de 2nde session



Projet tuteuré

Responsable pédagogique : Valérie Bonnet (Maîtresse de conférences HDR en SIC)

valerie.bonnet@iut-tlse3.fr

25H eq.TD. Un projet tuteuré, réalisé sur l'ensemble de l'année scolaire (d'octobre à juin), place les étudiants en situation d'étude-conseil-mise en œuvre. Il vise à élaborer, pour un commanditaire identifié (généralement des structures partenaires : collectivités territoriales, associations, entreprises...), un projet finalisé et opérationnalisé de politique de communication. Effectué par groupe de trois ou quatre, et sous la responsabilité d'un enseignant de la formation le projet tuteuré est une mise en situation professionnelle qui permet aux étudiants de se familiariser à la prise de responsabilités et d'acquérir des compétences transverses avant de partir en stage. Le projet tuteuré est évalué sur la base de 3 productions : un rapport d'étape (janvier), un rapport académique et un livrable professionnel, ces derniers donnant lieu à une soutenance devant le commanditaire, l'encadrant universitaire et le responsable du dispositif (entre juin et juillet).

DÉTAIL DES ENSEIGNEMENTS

Semestre 10

UE PARTICULARITÉS SECTORIELLES (5ECTS)

Communication touristique

Enseignante : Meritxell Baldello Sole (responsable service réceptif, Mairie de Toulouse)
m.baldello@toulouseatout.com

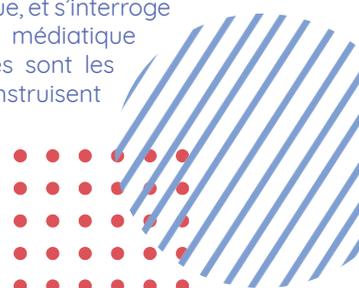
12HCM. Le cours de communication touristique vise à comprendre les éléments clés qui interviennent dans la création d'une stratégie de communication au sein d'une destination touristique. Une destination doit avoir une image et développer une notoriété pour rentrer dans la course des lieux touristiques à visiter, et cette communication est aux mains des institutions, à des échelles différentes selon les territoires. L'exemple de Toulouse, avec la création d'une agence d'attractivité qui regroupe les métiers du tourisme de loisirs, tourisme d'affaires, bureau de tournage et développement économique, permet de suivre un exemple de mise en place d'une stratégie de communication toujours en cours, avec la création d'une nouvelle marque. Du schéma directeur du tourisme jusqu'à la campagne de communication à l'internationale, plusieurs étapes permettent d'illustrer par un exemple concret comment les destinations investissent dans le marketing territorial et dans la communication pour accroître leur notoriété et mettre en avant l'attractivité de leur territoire.

Communication publique, institutionnelle et politique

Enseignante : Brigitte Sebbah (Maîtresse de conférences en SIC)
brigitte.sebbah@iut-tlse3.fr

- La communication touristique et le rôle de l'événementiel comme vecteur de communication
- Image et marque:
- L'exemple de Toulouse
- Ce dernier temps porte à réfléchir sur «sommes-nous maîtres de notre communication?»

18HCM. **Volet Communication publique et politique** : ce cours présente les principales caractéristiques et enjeux de la communication politique et publique, et s'interroge sur leur évolution au regard des transformations du paysage médiatique contemporain. Comment émerge un problème public ? Quelles sont les acteurs (société civile, institutionnels, organisations) qui co-construisent les questions publiques et les mettent à l'agenda ? Diverses thématiques sont abordées et décortiquées, par exemple, les spécificités des campagnes de communication politique et



publique, les relations entre professionnels de la communication et acteurs politiques, ou encore le rôle des sondages d'opinion en régime démocratique. Le cours est articulé autour d'études de cas documentées et mises en perspective avec un apport théorique scientifique, qui interrogent les enjeux et les cibles.

Volet Communication politique électorale : ce cours constitue une initiation à l'histoire et aux pratiques actuelles du marketing électoral à l'aide d'une dimension comparée entre plusieurs pays, d'études de cas et de références magistrales sur le thème. La question des facteurs idéologiques ou non qui motivent la décision de voter, l'impact des médias dans le contexte d'une élection, la mise en scène du politique et l'internationalisation des pratiques de communication électorale et notamment la question de la personnalisation du politique, l'utilisation des médias, des nouveaux médias, des vidéos et des réseaux sociaux dans l'optimisation des campagnes électorales, seront autant d'entrées dans cet enseignement pour lequel une lecture assidue et hebdomadaire des journaux et de l'actualité politique ainsi que des références indiquées dans le cours est impérative.

Communication et théories de l'engagement

Enseignant : Pascal Marchand (Professeur des universités en SIC)
pascal.marchand@iut-tlse3.fr

Modalités de contrôle des connaissances pour les ECUE "Communication touristique" + « Communication publique, institutionnelle et politique » + « Communication et théories de l'engagement »		
1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% - écrit (1 seule épreuve, tirage au sort entre les 3 matières) - durée : 3h
	Régime dérogatoire	Examen final
2ème session		Oral 100% (1 sujet tiré au sort entre les 3 matières) durée : 1h



Vie politique et institutions

Enseignant : Franck Bousquet (Professeur des universités en SIC)
franck.bousquet@iut-tlse3.fr

12HCM. L'objectif de cette intervention est de permettre aux étudiants de bien connaître l'environnement institutionnel public. Il s'agira de revenir sur l'histoire, les compétences et l'articulation des collectivités territoriales. Une approche en terme de sociologie politique des institutions et de la vie politique française complétera cette intervention.

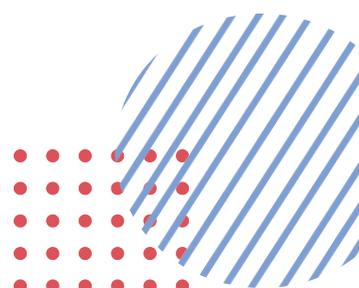


Communication et environnement

Enseignant : Guillaume Cros

12HCM. Le plan et la bibliographie seront indiqués par l'enseignant.

Modalités de contrôle des connaissances pour les ECUE " Communication et Démocratie " + « Communication et Environnement »		
1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% - écrit (tirage au sort entre les 2 matières) - durée : 3h
	Régime dérogatoire	Examen final
2ème session		Oral 100% (1 sujet tiré au sort entre les 2 matières) durée : 1h



Analyse des outils et des discours de communication

Enseignante : Valérie Bonnet (Maîtresse de conférences HDR en SIC)
valerie.bonnet@iut-tlse3.fr

18H CM L'objectif de cet enseignement est de donner aux étudiants les outils leur permettant d'analyser et de produire des textes et des documents de communication propres aux collectivités territoriales. Sont effectuées des analyses d'outils de communication (slogans, logo, marques de territoire, noms d'institutions), de documents institutionnels (journaux municipaux, sites web, discours politiques, manifestes, campagnes de communication, ...) afin d'en faire émerger les notions et stratégies susceptibles d'être réinvesties dans leur carrière professionnelle. Les axes autour desquels s'organise le cours sont les suivants : le logotype, la marque, les noms de marque et de produit, formules, figements, slogans, petites phrases, l'ancrage du discours, et les faces et leur gestion.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE "Analyse des outils et des discours de communication"

1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% - écrit
	Régime dérogatoire	Examen final
2ème session		Pas de 2nde session

NB : l'évaluation se fait par un dossier analysant une campagne de communication. Le travail de groupe est autorisé. Les étudiants sont accompagnés dans le choix et la constitution du corpus de référence et du terrain d'analyse.

Ateliers méthodologiques

Enseignant : Franck Bousquet (Professeur des universités en SIC)
franck.bousquet@iut-tlse3.fr

12HTD. Ces ateliers ont deux objectifs principaux: faciliter la prise de parole en public et permettre de construire un plan pertinent pour une argumentation orale. Un troisième objectif est d'entretenir ou de favoriser la familiarité des étudiants avec les problématiques d'actualité liées à la communication. Il s'agira de demander aux étudiants de réaliser des éditoriaux et des panoramas de presse dans le domaine de la communication. Des enregistrements vidéos seront réalisés et commentés avec pour objectif d'avoir un retour sur le comportement corporel et l'expression orale.

Modalités de contrôle des connaissances pour l'ECUE "Ateliers méthodologiques"

1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% - oral
	Régime dérogatoire	Examen final
2ème session		Pas de 2nde session

Éléments de droit public appliqués au territoire

Enseignant : François Carbonnel (Responsable communication citoyenne et stratégie Média, Direction de la communication et de l'information citoyenne – cabinet de la Présidente, site de Toulouse)

francois.carbonnel@laregion.fr

12HCM. SPOC L'information du public est aux sources de la démocratie locale. Quels sont les fondements historiques du droit d'information et communication ? Quelle vigilance adopter pour la communication de la collectivité en période électorale ? Comment ce droit d'information a-t-il émergé dans le cadre de la décentralisation ? Quels sont les moyens de contrôle des citoyens ? Comment s'opère la saisine du juge administratif par les citoyens ? Diffusion publique : que prévoit le code général des collectivités territoriales, notamment en termes de diffusion publique ? Quelle est l'importance de l'information pour le bon exercice du service public ? Quelle transparence s'impose pour les débats et délibérations ? Quelles sont les nouvelles règles de communication de service public par voie électronique ? Quelles sont les perspectives d'évolution pour l'information des citoyens ?

Propriété intellectuelle

Enseignant : Emmanuel Tricoire - 12HCM

Emmanuel.Tricoire@ut-capitole.fr

Modalités de contrôle des connaissances pour les ECUE "Éléments de droit public appliqués au territoire" + « Propriété intellectuelle »

1ère session	Régime général	contrôle continu 100% écrit - écrit (épreuve commune) - durée : 2h
	Régime dérogatoire	écrit 100% - examen final
2ème session		100% écrit (épreuve commune) - durée : 2h

Projet tuteuré

Responsable pédagogique : Valérie Bonnet (Maîtresse de conférences HDR en SIC)
valerie.bonnet@iut-tlse3.fr

12ECTS/HCM. Un projet tuteuré, réalisé sur l'ensemble de l'année scolaire (d'octobre à juin), place les étudiants en situation d'étude-conseil-mise en œuvre. Il vise à élaborer, pour un commanditaire identifié (généralement des structures partenaires : collectivités territoriales, associations, entreprises...), un projet finalisé et opérationnalisé de politique de communication. Effectué par groupe de trois ou quatre, et sous la responsabilité d'un enseignant de la formation le projet tuteuré est une mise en situation professionnelle qui permet aux étudiants de se familiariser à la prise de responsabilités et d'acquérir des compétences transverses avant de partir en stage. Le projet tuteuré est évalué sur la base de 3 productions : un rapport d'étape (janvier), un rapport académique et un livrable professionnel, ces derniers donnant lieu à une soutenance devant le commanditaire, l'encadrant universitaire et le responsable du dispositif (entre juin et juillet).

Modalités de contrôle des connaissances pour l' ECUE "Projet tuteuré »

1ère session	Régime général	Contrôle continu 100% : 75% écrit et 25 % oral
	Régime dérogatoire	
2ème session		Pas de 2nde session

Atelier de méthodologie

Enseignant : Franck Bousquet (Professeur des universités en SIC)
franck.bousquet@iut-tlse3.fr

40HTD. Ces ateliers ont deux objectifs principaux: faciliter la prise de parole en public et permettre de construire un plan pertinent pour une argumentation orale. Un troisième objectif est d'entretenir ou de favoriser la familiarité des étudiants avec les problématiques d'actualité liées à la communication. Il s'agira de demander aux étudiants de réaliser des éditoriaux et des panoramas de presse dans le domaine de la communication. Des enregistrements vidéos seront réalisés et commentés avec pour objectif d'avoir un retour sur le comportement corporel et l'expression orale.

Stage/Mémoire

Responsable des stages : Valérie Bonnet (Maîtresse de conférences HDR en SIC)
valerie.bonnet@iut-tlse3.fr

Modalités de contrôle des connaissances pour l' ECUE "Atelier de méthodologie » + « Stages/Mémoire »

1ère session	Régime général	contrôle continu 100% écrit
	Régime dérogatoire	
2ème session		100% écrit

CONFÉRENCES DE PROFESSIONNELS ET D'ENSEIGNANT(E)S - CHERCHEUR(E)S PAR THÉMATIQUE



Visite de sites culturels (semestre 9)

Enseignant : Patrick Fraysse (Professeur des Universités en SIC)

patrick.fraysse@iut-tlse3.fr

- Visite du Château de Foix : 3 & 4 octobre 2019
- Visite des collections scientifiques de l'UT3

Cap' Com (Semestre 9)

Le master en partenariat avec l'association CAPCOM se rend au Forum de la communication publique chaque année avec la promotion du MASTER.

Communication et santé (Semestre 9)

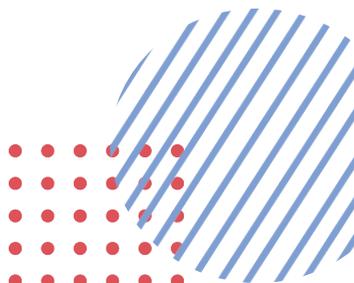
Enseignant : Dorsaf Omrane (maître de conférences en SIC)

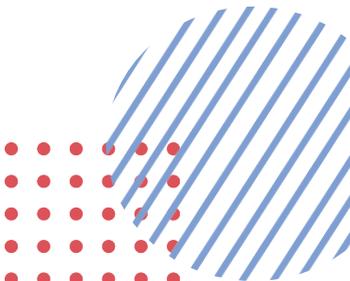
Communication des associations (Semestre 10)

Enseignant : à préciser

Socio-économie du journalisme en ligne (Semestre 10)

Enseignant - communicant professionnel : Nikos Smyrnaio (maître de conférences en SIC)





CONTACTS :

Secrétariat pédagogique :

Département d'Information-Communication (IUT A Ponsan)
– Master Communication et Territoires

Karine Letalle (karine.letalle@iut-tlse3.fr)

Tél : 05 62 25 81 75 - 115 C route de Narbonne – 1er étage,
bureau 31077 Cedex 4, Toulouse

Horaires d'ouverture : Lundi, mardi, mercredi, jeudi,
vendredi de 9h à 12h et de 14h à 17h.

Responsable pédagogique :

Brigitte Sebbah, Maîtresse de conférences en Sciences de
l'information et de la communication

Courriel : brigitte.sebbah@iut-tlse3.fr

Suivez-nous sur :

<http://www.m2-infocom.iut-tlse3.fr>



@cahier2com



Ce livret a été réalisé par
les étudiant.es de la promo
2018/2019, dans le cadre du cours de
PAO

