






Master Information - Communication Parcours COMMUNICATION ET TERRITOIRES

Information, communication

-  Niveau d'étude visé
BAC +5
-  Diplôme
Master (LMD)
-  Domaine(s) d'étude
Communication et publicité dans les organisations
-  Accessible en
Formation initiale,
Formation continue,
Formation en alternance, VAE
-  Établissements
Université
Toulouse III -
Paul Sabatier

Présentation

Créé en 2005, le Master 2 « Communication et Territoires » est un parcours de la mention Information-Communication co-accréditée par les universités Toulouse 1 et Toulouse 3. Il est fondé sur un équilibre entre les approches opérationnelles de la communication et ses analyses conceptuelles. Cette formation forme des cadres capables de comprendre des situations complexes, d'impulser et de coordonner tous types de projets liés à la communication. L'objectif est en effet de permettre aux étudiants d'acquérir l'ensemble des compétences leur permettant d'œuvrer pour la communication de toutes les organisations aussi bien publiques que privées. La polyvalence, le haut niveau de compétences spécialisées en communication et la connaissance fine du monde contemporain que nous assurons à nos étudiants est la meilleure assurance pour leurs futurs employeurs de trouver en eux des collaborateurs efficaces.

La compétence en communication territoriale, développée aussi bien du point de vue public que privé, est un élément fondamental recherché par de nombreuses organisations. Elle vient dans ce parcours, compléter une formation de haut niveau en communication.

Notons en outre que les étudiants qui le souhaitent peuvent aussi s'engager dans une démarche de recherche préparant le doctorat.

Les enseignements et les interventions sont assurés par une équipe composée pour moitié d'universitaires et de professionnels.

Cette formation est le fruit de la longue expérience des équipes de Toulouse 3 en termes de Sciences de l'Information et de la Communication :

- Pour les formations (du DUT au Master).
- Pour la recherche (le LERASS : premier laboratoire du Site Toulousain en Sciences de l'Information et de la Communication).

Savoir faire et compétences

- Mettre en œuvre et gérer des stratégies de communication, en évaluant les forces, les faiblesses, les moyens et l'environnement de l'organisation afin de lui permettre d'atteindre ses objectifs.
- Mettre en œuvre différentes formes de communications présentes dans toutes les organisations (communication

interne, externe et communication de crise), choisir et mettre en œuvre les outils de communication (médias, communication papier, communication numérique, événementiel, réseaux socio-numériques, communication directe, relationnel...) nécessaires à leur réalisation.

- Réaliser différents supports et outils de communication et les mettre en perspective dans l'analyse globale d'une stratégie de communication.


- Conduire la réalisation d'un cahier des charges et d'un audit de communication.

- Conduire des projets de communication (distribution des rôles, animation des réunions, définition des objectifs, mise en place du retroplanning, gestion des conflits..) pour valoriser les activités de l'organisation, la faire connaître, augmenter sa légitimité et faciliter sa reconnaissance.

- Construire un budget.

Admission

Conditions d'accès

Vous pouvez constituer votre dossier de candidature en ligne à partir du 7 mai sur le site:  **e-candidat**

Formation(s) requise(s)

La licence information-communication est le parcours le plus adéquat pour intégrer la mention de master et le parcours Communication et Territoires.

Des étudiants diplômés du DUT Infocom et plus marginalement d'un BTS en Communication peuvent intégrer la licence directement en L3 (sur dossier) et candidater pour le master.

D'autres parcours en Sciences Humaines et Sociales sont aussi possibles.

Et après...

Poursuite d'études

A l'UPS

L'inscription en doctorant concerne 1 à 2 étudiants du parcours (5 à 10%)

Insertion professionnelle

La communication territoriale connaît depuis de nombreuses années un essor important. Les structures publiques (en particulier les collectivités territoriales) se dotent toutes de services communication de plus en plus professionnalisés. En outre de nombreuses organisations privées ou para-publiques mettent en place des politiques de communication intégrant de façon systématique la dimension territoriale.

Ainsi les gisements d'emplois aussi bien en régions qu'à Paris sont importants tant dans les métropoles que dans les zones rurales.

Toute organisation ayant intégré une dimension territoriale à son fonctionnement :

- Collectivités territoriales
- Services déconcentrés de l'État
- Institutions à vocation touristique et/ou culturelle
- Entreprises sportives
- Agences de communication
- Grandes entreprises
- Associations

-Médias locaux et régionaux -directeur-trice de communication interne ou externe

-responsable de presse et/ou de relations publiques

-journaliste de collectivité, d'entreprise ou responsable du journal de collectivité ou d'entreprise

-Mediaplanneur

-Médiateur (culture, connaissances scientifiques et techniques...)

-chargé-e du dialogue citoyen

-chargé-e du marketing territorial

-chargé-e de l'évènementiel

Infos pratiques

Lieu(x)

 Toulouse