

OBJECTIF

La vocation et les missions des entreprises, des institutions et des organisations de la culture, du tourisme et du patrimoine évoluent en profondeur tant au niveau local qu'international. Ce cursus se propose d'étudier ces mutations culturelles, économiques, territoriales et technologiques, et leurs incidences en termes de communication, avec un objectif double :

- évaluer les nouvelles formes de management de la communication et de la relation aux publics (notamment via les supports numériques) dans les secteurs du tourisme et de la culture
- concevoir, mettre en œuvre et évaluer de manière créative les politiques de communication plurimédias mais aussi les politiques des publics, tant des lieux de l'art et de la culture, des destinations que des événements culturels

PROGRAMME

UE 0 - INTRODUCTION À LA FORMATION

- Présentation de la formation
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Recherche de stages, entretiens

UE 1 - APPROCHES THÉORIQUES DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

A. THÉORIES DE L'INFORMATION, DE LA COMMUNICATION ET DES SCIENCES SOCIALES

- Théories de l'information, de la communication et des médiations
- Pratiques contemporaines en muséologie et médiations culturelles
- Géographie culturelle des voyages
- Histoire du développement des technologies

B. STRATÉGIES DE COMMUNICATION DANS L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

- Financement de la culture et nouvelles formes du mécénat
- Touristisation du monde / Communication, médiations des territoires et des continents
- Stratégies marques, marketing, e-marketing et acteurs du tourisme
- Stratégies de communication des organisations culturelles, touristiques et des collectivités territoriales

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Management et accompagnement du changement des musées du XXI^e siècle
- Projet d'innovation dans les secteurs « hôtellerie et gastronomie »

— PUBLIC

Tous les acteurs du monde de l'information et de la communication et des secteurs de la culture et de l'art, du tourisme et de la mobilité ou encore du patrimoine, qu'ils soient indépendants, salariés ou demandeurs d'emploi

Personnes issues des métiers de la communication, de l'information, du marketing, de l'édition, de l'audiovisuel ainsi que ceux du voyage, des mondes de la culture, des loisirs, du patrimoine des médiations et du sport

— PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

Management de la culture et de la créativité

Approches interdisciplinaires du tourisme et de la culture

Théories de l'information et de la communication, sociologie des médias appliqués à ces secteurs

Sociologie et anthropologie de l'innovation culturelle et du numérique

— ATOUTS

Diplôme d'État, inscrit au RNCP

Formation à destination de professionnels (salariés et demandeurs d'emploi)

Promotion de 10 à 20 personnes

Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires

Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CIF

Formation reconnue par les professionnels

Réseau d'anciens élèves

UE 2 - SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE

A. CULTURES, TRANSFORMATIONS MÉDIATIQUES ET STRATÉGIES ÉDITORIALES

- Les grands enjeux de société liés au numérique
- Patrimonialisation et ingénierie culturelle : création, montage et évaluation d'événements plurimédias
- Cultures, tourisme et communication : cas
- Sémiologies et tourisme
- Innovations éditoriales : voyage et hôtellerie

B. LOGIQUES, SUPPORTS ET RHÉTORIQUES DE L'ÉCRITURE MULTIMÉDIAS

- Direction éditoriale et outils de conception numérique
- Le design comme méthodologie
- Sémiologie de l'image, sémiologie du son, écritures audiovisuelles et multimédia : études de cas

C. MÉTHODOLOGIE DE DIAGNOSTIC ET D'ÉVALUATION DE POLITIQUES DE COMMUNICATION PLURIMÉDIAS

- Nouveaux enjeux de la communication institutionnelle des musées, conception, montage : du concept à l'évaluation (atelier)
- Politique événementielle et mécénat : les pratiques
- Conception et gouvernance des dispositifs numériques : une approche systémique et territoriale
- Ville numérique et mutations urbaines / stratégie éditoriale des institutions du patrimoine

D. CONFÉRENCES ET VOYAGES APPRENANTS

- Marque et musées, grands événements urbains, innovation et tourisme (gastronomique, créatif, durable, d'affaires, ...), médiations numériques et lieux de culture, mécénat participatif, nouvelles médiations de l'art et des tiers lieux, tourisme d'affaires, innovation et métiers d'art.

UE 3 - OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

A. LANGAGES ET COMMUNICATION

- Méthodologie et pratiques de communication en ligne
- Nouvelles approches des lieux de culture
- Anthropologie du tourisme : initiation et études de cas
- Langue vivante : anglais
- Techniques audiovisuelles et informatiques pour le multimédia : applications

B. OUTILS D'ANALYSE ET D'AIDE À LA DÉCISION

- Études et veille territoriales, évaluation et décision
- études des publics : cas
- Droit du multimédia
- Coaching projet professionnel

UE 4 - STAGE DE SPÉCIALISATION ET MÉMOIRE

- Méthodologie de la recherche en sciences sociales / méthodes d'enquête
- Séminaires d'accompagnement et soutenance finale

— COMPÉTENCES ACQUISES

Connaissance du marché et des acteurs des médias et de la communication, dans les secteurs du tourisme, de la culture et des patrimoines

Capacité à mettre en œuvre, à positionner et à évaluer un plan de communication et un plan médias

Compréhension stratégique de l'apport des cultures numériques au développement des territoires, des destinations et des lieux culturels

Aptitude à manager des projets créatifs et innovants (festivals, expositions, projet d'édition, d'événements...)

— DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Spécialistes de la communication, avec des perspectives de carrière dans les organisations et institutions de la culture, du tourisme et du patrimoine, en agences spécialisées

Porteurs de projets et entrepreneurs culturels, touristiques et des patrimoines

— ORGANISATION

Les cours se déroulent de février à juin

Stage de spécialisation de 3 mois minimum (ou CDI/CDD)

Mémoire d'étude et de recherche

— PROGRAMME

500 heures de formation, projets tutorés collectifs et examens. Crédits : 60 ECTS

Le programme est composé de quatre unités d'enseignement

— COÛT DE LA FORMATION

6 400 euros