

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 ET DE LA COMMUNICATION DES SCIENCES SOCIALES

- Théories de l'information, de la communication et des médiations
- Pratiques contemporaines en muséologie et dans les pratiques culturelles
- Économie de la culture, mécénat en ligne, nouvelles intermédiations
- Géographie culturelle des voyages
- Histoire du développement des technologies

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

- Touristisation du monde / Politiques de communication des institutions territoriales et culturelles / Événements sportifs
- Management et accompagnement du changement des musées du XXI^e siècle
- Stratégies marques, marketing, e-marketing et acteurs du tourisme
- Stratégies de communication des institutions et des organisations culturelles et touristiques

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Sociologie de la culture et des sports
- Lancement et pilotage du projet hôtelier

— 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

- Sémiologies et tourisme
- Cultures, tourisms et communication : cas stratégiques
- Patrimonialisation et ingénierie culturelle : création, montage et évaluation d'événements plurimédias
- Stratégies de développement et de communication des CDT
- Les grands enjeux de société liés au numérique

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, exposition du concept à l'évaluation (atelier)
- Politique événementielle et mécénat
- Conception et gouvernance des dispositifs numériques : une approche systémique et territoriale
- Ville numérique et mutations urbaines

D. CONFÉRENCES

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

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

A. LANGAGES ET COMMUNICATION

- Méthodologie et pratiques de communication en ligne
- 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
- Nouveaux regards sur la sociologie de la culture et des publics
- 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 et de la culture

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 chez les annonceurs, en agences ou dans les institutions

Porteurs de projets et entrepreneurs culturels et touristiques

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

