

LIVRET PÉDAGOGIQUE
DE L'ÉTUDIANT

LICENCE

PROFESSIONNELLE

**CHARGÉ·E DE COMMUNICATION
DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES
ET DES ASSOCIATIONS**

Université Paris-Est Créteil

Faculté de Lettres, Langues et Sciences Humaines

Département de communication politique et publique

**Licence professionnelle Chargé·e de communication des
collectivités territoriales et des associations**

Formation en apprentissage

Année 2026 - 2027

Informations pratiques

Codirection de la licence

Benjamin Ferron
Université Paris-Est Créteil
Faculté des LLSH
Département de Communication politique et publique
benjamin.ferron@u-pec.fr

François Leray
Université Paris-Est Créteil
Faculté des LLSH
Département de Communication politique et publique
leray.f@gmail.com

Secrétariat de la licence

tél. +33 (0)1 45 17 11 89
alternance-llsh@u-pec.fr

Scolarité

Les membres de la promotion sont inscrits en Faculté des Lettres, Langues et Sciences Humaines, au département de Communication politique et publique.

Échanges avec la direction de la formation

Questions collectives

En début d'année, les apprenti·es élisent **deux délégué·es** qui sont chargé·es de la communication entre la promotion et la direction.

Questions individuelles

Les apprenti·es sollicitent un rendez-vous auprès des responsables, par mail.

Organisation de l'apprentissage

Les apprenti·es sont salarié·es à temps plein, à l'université et dans l'organisation employeur. La présence sur le lieu de travail et sur le lieu d'étude est obligatoire. Toute absence doit être justifiée dans les 48 heures par un ARRET DE TRAVAIL en cas de maladie. Les autres cas d'autorisation d'absence sont la convocation à un examen à caractère obligatoire (permis de conduire par exemple), le décès d'un proche, les fêtes religieuses publiées au journal officiel de la république française. Conformément à la réglementation un relevé mensuel de présence est envoyé à l'employeur de chaque apprenti. Les absences non justifiées peuvent faire l'objet d'une retenue sur salaire.

Chaque apprenti·e est suivi·e dans son parcours de formation par un·e tuteur·rice pédagogique à l'université et par son maître d'apprentissage dans l'organisme employeur. Le·la tuteur·rice pédagogique effectue une visite en entreprise dans les six premiers mois de la formation. Une deuxième et une troisième rencontre ont lieu à la faveur des soutenances du projet tutoré et du mémoire

Présentation de la formation

La licence « Communication des collectivités territoriales et des associations », et plus largement des institutions publiques, vise à former

- Des assistant·es en communication pour les services de communication des organisations les plus importantes
- Des chargé·es de communication pour les plus petites organisations

Compétences recherchées

Les titulaires de la licence doivent être capables de collaborer à la conception et d'assurer la mise en œuvre et le suivi de la politique de communication de l'organisation employeur. Dotés d'une bonne compétence rédactionnelle et relationnelle, ils-elles maîtrisent les techniques de l'information et de la communication, savent organiser les relations avec la presse et, plus largement, contribuent au développement des relations publiques de l'association.

La formation vise donc à développer les compétences suivantes :

Savoir

- Connaître les institutions publiques et les associations
- Comprendre les principes et règles essentielles du droit de la communication
- Comprendre les enjeux des médias d'information et du journalisme
- Comprendre les principes et pratiques de la communication d'intérêt général
- Connaître les bases de la communication visuelle

Savoir-faire

- Participer au diagnostic de la communication
- Participer à l'élaboration d'un plan de communication
- Suivre les relations avec les partenaires
- Organiser des événements
- Organiser et suivre les relations avec la presse
- Concevoir, rédiger et mettre en forme l'ensemble des supports de communication
- Maîtriser les outils de la chaîne graphique
- Maîtriser les outils web
- Conduire et évaluer un projet de communication

Savoir-être

- Négociateur
- Gérer les contraintes et les ressources
- Gérer la complexité et l'urgence

- Être autonome dans un contexte de délégation
- Avoir un sens éthique

Calendrier de la formation

Rentrée le 14 septembre 2026

Congés de fin d'année : 24 décembre 2026 au 3 janvier 2027

Atelier transverse : du 11 au 14 janvier 2027

Soutenances individuelles du projet tutoré : 30 mars 2027

Soutenances des mémoires professionnels : 2- 3 septembre 2027

Organisation du diplôme

La formation est structurée en cinq unités d'enseignement qui répondent aux enjeux contemporains de la communication dans le secteur associatif et public :

- la première regroupe les enseignements liés à des **repères juridiques, socio-politiques et institutionnels** fondamentaux (institutions publiques, associations, médias d'information, droit de la communication, communication d'intérêt général) ;
- la seconde forme à la **dimension stratégique** de la communication (diagnostic, conduite de projet, veille et relations presse) ;
- la troisième et la quatrième portent sur les **formes d'expression et de production de supports d'un point de vue analytique et pratique**.
- Les travaux tutorés réalisés en **autonomie** (atelier transverse, projet tutoré et stage) constituent la cinquième UE de mise en pratique.

Programme des enseignements

UE1.1 Analyser les politiques de communication des organisations

ECUE 1.1.1. Communication publique et associative

ECUE 1.1.2. Communication et Journalisme

UE 1.2 Comprendre l'environnement de la communication d'intérêt général

ECUE 1.2.1. Les institutions publiques en France

ECUE 1.2.2. Histoire et fonctionnement des associations

ECUE 1.2.3. Droit spécialisé de la communication

UE 1.3 Produire des contenus graphiques, web et médias sociaux

ECUE 1.3.1. PAO, chaîne graphique

ECUE 1.3.2. Conception web

UE1.4 Projet tutoré : Formuler des recommandations

ECUE1.4.1. Méthodologie de mémoire

ECUE 1.4.2 Méthodologie de projet

ECUE 1 . 4.3. Atelier de production

UE2.1 Développer un usage réflexif des outils de communication

ECUE2.1.1. Sémiologie des supports de communication

ECUE2.1.2. Veille informationnelle

UE2.2 Maîtriser les méthodes du diagnostic, du plan et de la stratégie de communication

ECUE 2.2.1. Diagnostic et plan de communication

ECUE 2 2.2. Relations presse

ECUE 2.2.3. Stratégie de communication sur le web

UE 2.3 Organiser son travail dans une perspective d'intérêt général

ECUE 2.3.1 Communication événementielle

ECUE 2.3.2 TEDS

UE 2.4 Pratiquer la communication des institutions, associations et des collectivités

ECUE 2.4.1.A Ecriture professionnelle

ECUE 2.4.1.B Ecriture professionnelle en anglais

ECUE 2.4.2.A. Atelier de production (journal)

ECUE 2.4.2.B. Atelier de production en anglais (journal)

ECUE 2.5 Mémoire professionnel / stage

Contrôle des connaissances et assiduité

La licence professionnelle est décernée aux apprenti·es ayant obtenu à la fois :

- une moyenne générale égale ou supérieure à 10 sur 20 à l'ensemble des unités d'enseignement, y compris le projet tutoré et le stage
- une moyenne égale ou supérieure à 10 sur 20 à l'ensemble constitué du projet tutoré et du stage (UE 1.4).

La compensation entre éléments constitutifs d'une unité d'enseignement, d'une part, et les unités d'enseignement, d'autre part, s'effectue sans note éliminatoire.

Lorsqu'il-elle n'a pas satisfait au contrôle des connaissances et des aptitudes, l'apprenti·e peut conserver, à sa demande, le bénéfice des unités d'enseignement pour lesquelles il-elle a obtenu une note égale ou supérieure à 10 sur 20.

Lorsque la licence professionnelle n'a pas été obtenue, les unités d'enseignement dans lesquelles la moyenne de 10 a été obtenue sont capitalisables. Ces unités d'enseignement font l'objet d'une attestation délivrée par l'UPEC

L'assiduité aux enseignements est obligatoire.

Les justifications admises sont exclusivement celles prévues par le droit du travail. Il faut notamment, en cas d'absence pour maladie, fournir un **arrêt de travail** dans les 48 heures (et non un certificat médical).

Présentation détaillée des enseignements

UE1.1 Analyser les politiques de communication des organisations

ECUE 1.1.1. Communication publique et associative, 21h CM et 7h TD – Benjamin Ferron et François Leray.

Si la communication s'est imposée comme un secteur d'activité professionnel à partir des pratiques du secteur privé marchand telles que la publicité ou le marketing, depuis une trentaine d'années la communication dite « non-marchande » ou « d'intérêt général » s'est institutionnalisée au sein de nombreuses institutions publiques et organisations à buts non-lucratifs. Quelles sont les caractéristiques de cette communication publique et associative, sur les plans juridique, politique et institutionnels, qui tendent à la distinguer ou à la rapprocher de la communication privée - publicité, marketing, lobbying, communication *corporate*, industrie des sondages d'opinion, etc. ? Quelles sont les représentations et pratiques professionnelles engagées dans ces formes et formats de communication ? Comment les responsables de la communication non-marchande - fonctionnaires, collaborateurs d'agences, salarié-e-s associatifs ou groupes d'intérêt citoyens - intègrent-ils/elles l'impératif de « l'intérêt général » dans leurs décisions et leurs routines quotidiennes de travail – sur des enjeux tels que l'accès aux droits et aux services publics (accessibilité, littératie, moyens d'action) ? Ce cours montre que les notions de « communication » et d'« intérêt général » sont des constructions sociales, le produit de luttes symboliques entre des groupes professionnels aux « intérêts » distincts et parfois contradictoires. Si l'Etat est censé garantir l'intérêt général, par opposition aux intérêts privés, particuliers, corporatistes, locaux, etc., la montée en puissance de l'idéologie de la « gouvernance néolibérale », amorcée à la fin des années 1970, interroge le rôle et la place de la communication dans ce processus. Ce dernier a été marqué par un renforcement des intérêts privés et des contraintes de marché, dont l'emprise croissante de la communication est l'un des aspects constitutifs. Des recherches montrent cependant qu'il existe des conditions sociales d'invention ou de conservation de pratiques de communication reconnues comme assurant des missions d'« intérêt général ».

Bibliographie indicative

Aldrin P., Hubé N., Ollivier-Yaniv C., Utard J.-M. (dir.), *Les mondes de la communication publique. Légitimation et fabrique symbolique du politique*, Rennes, PUR, 2014.
 Dauvin P., *La communication des collectivités locales. L'ambivalence politique*, Paris, L'Harmattan, 2015.
 Ferron B., *La communication des mouvements sociaux. Pratiques militantes et stratégies médiatiques*, Paris, Armand Collin, 2024.
 Hubé N., Aldrin P., *Introduction à la communication politique*, Paris, De Boeck, 2022.
 Lefevre S., *ONG & Cie. Mobiliser les gens, mobiliser l'argent*, Paris, PUF, 2011.
 Pailliat I., « Communication », in R. Pasquier éd., *Dictionnaire des politiques territoriales*. Presses de Sciences Po, 2020, p. 92-97.

Politiques de communication, L'emprise de la communication, 2023, n° 20-21.
Riutort P., *Sociologie de la communication politique*, Paris, La Découverte, 2020.

Sitographie

Défenseur des Droits, *Enquête sur l'accès aux droits*, 2e éd., Vol. 2, « [Relations des usagers avec les services publics : quelles difficultés d'accès aux droits ?](#) », octobre 2025.
Singrajphakd H. et Renault N. « [L'IA dans la com des collectivités, entre opportunité et vigilance](#) », CAP'COM, janvier 2026.
Offerlé M., « [Écrire au président de la République : le service courrier de l'Élysée, baromètre de l'opinion publique ?](#) », *The Conversation*, juillet 2026

ECUE 1.1.2. Journalisme et communication. 14h CM – Benjamin Ferron

Ce cours propose une introduction à la sociologie des professions centrée sur le journalisme et la communication. Le cours analyse ces deux espaces professionnels qui sont à la fois proches et distincts, comparables et interdépendants. L'ensemble de ces éléments d'analyse invite à mener une sociologie comparée et relationnelle de ces espaces professionnels, afin de saisir les rapports de force souvent invisibles qui président à leurs interactions quotidiennes. En lien étroit avec le cours, le travail dirigé repose, d'une part, sur la lecture et la discussion d'articles scientifiques et, d'autre part, sur la constitution et l'analyse d'un corpus de presse : les étudiant.e.s doivent analyser d'un point de vue synchronique et diachronique les relations entre le service de communication de leur organisme employeur (institution publique, collectivité locale ou association) et la couverture de ses activités par les journalistes des médias d'information.

Bibliographie indicative

Ferron B., Toffel K., « Les espaces professionnels : rompre avec les ambiguïtés de la notion de "profession" », in David Pichonnaz et Kevin Toffel (dir.), *Sociologie du travail et des professions*, Malakoff, Dunod/Armand Colin, 2026, p. 23-44.
Ghorbanzadeh K., « L'agence de communication, une rédaction comme une autre ? Interroger la frontière entre information et communication au prisme des routines de travail », *Questions de communication*, 38/2, 2020, p. 351-370.
Neveu É., « L'espace des journalismes aujourd'hui », in *Sociologie du journalisme*. Paris, La Découverte, 2024, p. 23-40.
Riutort P., « La communication politique en pratique », in *Sociologie de la communication politique*. Paris, La Découverte, 2020, p. 55-82
Kaciaf N., Nollet J., « Journalisme : retour aux sources », *Politiques de communication*, 2013/1 (N° 1), p. 5-34

UE 1.2 Comprendre l'environnement de la communication d'intérêt général

ECUE 1.2.1. Les institutions publiques en France. Anne GRANGER et Stéphanie WOJCIK

Ce cours a pour objectif d'appréhender **les acteurs et le fonctionnement des institutions politiques en France**, ainsi que les enjeux démocratiques auxquelles elles doivent faire face dans un contexte d'abstention électorale grandissante. Une première partie du cours sera dévolue aux institutions de la France, aux caractéristiques et aux évolutions de la V^{ème} République. Une seconde partie du cours sera plus particulièrement consacrée aux institutions publiques locales, en distinguant les différentes échelles de gouvernement et leur rapport différencié à l'Etat central (décentralisation et déconcentration). Seront évoquées les différentes modalités de l'action publique, en interrogeant notamment le recours à des dispositifs de participation du public dans l'élaboration des décisions politiques. A partir de dossiers de presse réalisés par l'enseignante, les étudiant.e.s seront amené.e.s à réaliser des exposés sur les enjeux institutionnels actuels, à l'échelle nationale et locale. Dans la mesure du possible, la visite d'une institution sera organisée, laquelle donnera lieu à la réalisation d'un dossier thématique par les étudiant-es, en plusieurs groupes.

Bibliographie indicative

DOUILLET A.-C, LEFEBVRE R., *Sociologie politique du pouvoir local*, Paris Armand Colin, 2017.

FRANÇOIS B., *Le régime politique de la Vème République*, La Découverte, « Repères », n° 253, 2024.

LEFEBVRE R., *Municipales : quels enjeux démocratiques ?*, La Documentation française, 2020.

VERPEAUX M., et al., *Les collectivités territoriales et la décentralisation*, La Documentation française, 11^{ème} édition, 2018.

ECUE 1.2.2. Histoire et fonctionnement des associations. 7h CM et 7h TD – Téo Cazenaves

L'objectif de ce cours est de présenter les principales caractéristiques du secteur associatif français, dans une perspective historique et sociologique. Nous évoquerons les grandes étapes de l'histoire du secteur et nous présenterons le paysage associatif contemporain : les formes d'engagement, les évolutions du bénévolat, la croissance des effectifs salariés, les modes de financement, les transformations des relations avec l'État et les collectivités territoriales, etc. Nous aborderons ces différentes dimensions de l'action associative en croisant plusieurs courants théoriques et contextes nationaux et en nous appuyant sur des études de cas.

Bibliographie indicative

COTTIN-MARX, S., *Sociologie du monde associatif*, Paris, La découverte, coll. « Repères », 2019.

HAMIDI C., *La société civile dans les cités. Engagement associatif et politisation dans des associations de quartier*, Economica, 2010
HELY M., *Les métamorphoses du monde associatif*, Presses Universitaires de France, coll. "Le lien social", 2009
ION J., *S'engager dans une société d'individus*, Armand Colin, 2012
LAVILLE. J.-L., *Politique de l'association*, Seuil, 2010
SIMONET M., *Le travail bénévole : Engagement citoyen ou travail gratuit ?*, La Dispute, 2010
TCHERNONOG V. et PROUTEAU L., *Le paysage associatif français. Mesures et évolutions*, 3ème édition, Dalloz/Juris éditions, 2019

ECUE 1.2.3. Droit spécialisé de la communication. Anne Granger

Ces deux séances de cours de « droit de la communication » sont destinées à fournir aux apprenti·es, futur·es professionnel·les de la communication des associations et des collectivités locales, un minimum de connaissances pratiques du cadre juridique qui conditionne, par la garantie de la liberté et la mise en jeu de la responsabilité, l'exercice de leurs activités à venir dans les meilleures conditions possibles, dans l'intérêt de tous. De l'ensemble de la matière, on détachera quelques thèmes en relations avec cette visée d'une formation professionnelle appliquée. L'identification de ces éléments essentiels et des sources de ce droit ainsi que l'acquisition de capacités d'interprétation et d'analyse devraient permettre à chacun de s'en rappeler et de s'y reporter à l'occasion de l'exécution des missions qui, dans l'avenir, lui seront professionnellement confiées. Seront d'abord identifiés l'objet, les sources, les caractéristiques et les principes (liberté et responsabilité) du droit de la communication. Une attention particulière sera portée aux conditions d'accès aux documents administratifs et au régime des archives. Selon un découpage tout à fait classique, seront ensuite considérés : le statut des entreprises et des publications (presse, communication audiovisuelle, communication au public en ligne) ; le statut professionnel des journalistes ; le régime de responsabilité ; le droit d'auteur. La curiosité des apprentis, leurs projets professionnels et l'actualité pourront conduire à adapter les développements ou à moduler ce projet.

Bibliographie indicative

DERIEUX E. et GRANCHET A., *Droit des médias. Droit français, européen et international*, LGDJ, 7e éd., 2015
DERIEUX E. et GRANCHET A., *Droit des médias*, Dalloz, coll. Connaissance du droit, 5e éd., 2013
DERIEUX E., *Dictionnaire de droit des médias*, Victoires éditions, coll. 'guide Legipresse', 2004, 352 p.

UE 1.3 Produire des contenus graphiques, web et médias sociaux

ECUE 1.3.1. PAO, chaîne graphique

ECUE 1.3.2. Conception web

UE1.4 Projet tutoré : Formuler des recommandations

ECUE1.4.1. Méthodologie de mémoire. 7h TD – Benjamin Ferron et François Leray

Le travail de mémoire est l'occasion d'une recherche conduite par l'apprenti·e en lien une problématique professionnelle et guidée par un questionnement théorique : construction de l'objet, problématisation, formulation d'hypothèses, protocole de collecte des données, analyse et interprétation des résultats. Il s'appuie en général, mais pas nécessairement sur le travail de projet tutoré. Il est soutenu devant un jury composé du maître d'apprentissage, de l'enseignant·e tuteur·rice pédagogique ainsi que d'un·e examinateur·ice extérieur·e.

Bibliographie indicative

Beaud S., Weber F., *Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques*, Paris, La Découverte, 2010.

Chamboredon H., Pavis F., Surdez M., Willemez L., « S'imposer aux imposants. A propos de quelques obstacles rencontrés par des sociologues débutants dans la pratique et l'usage de l'entretien », *Genèses. Sciences sociales et histoire*, Vol. 16, n°1, 1994, p. 114–132

Gaxie D., « De l'usage des concepts », in C. Desrumaux et J. Nollet (dir.), *Un capital médiatique ? Usages et légitimation de la médiatisation en politique*, Presses universitaires de Rennes, Rennes, 2021, p. 175-197.

Guionnet C., Rétif S. (dir.), *Exploiter les difficultés méthodologiques. Une ressource pour l'analyse en sciences sociales*, Rennes, PUR, 2015.

Ollion Étienne, et Boelaert J., « Au-delà des *big data*. Les sciences sociales et la multiplication des données numériques », *Sociologie*, Vol. 6, no. 3, 2015, p. 295-310.

Pinto Louis, « La construction d'objet dans le travail d'enquête », *Savoir/Agir*, Vol. 3, n°57, 2021, p. 7-10.

Singly (De) F., *L'enquête et ses méthodes : le questionnaire* (1992), Paris, Nathan Université, 2003.

ECUE 1.4.2 Méthodologie de projet. Antoine OLLIVIER

Le numérique est désormais au cœur des stratégies de communication des organisations publiques comme privées. Les réseaux sociaux, les plateformes, les moteurs de recherche et, plus récemment, les outils d'intelligence artificielle ont profondément transformé la manière dont les institutions s'adressent à leurs publics. Dans un environnement informationnel saturé, marqué par la défiance, la circulation rapide des contenus et l'évolution permanente des usages, les communicants doivent construire des stratégies capables de susciter l'attention, d'inspirer la confiance et de créer un dialogue durable.

Ce cours propose d'acquérir les méthodes et les outils nécessaires pour concevoir une stratégie de communication numérique cohérente et adaptée à des objectifs précis. Quels canaux mobiliser ? Comment articuler communication digitale et communication traditionnelle ? Comment produire des contenus pertinents, mesurer leur impact et adapter sa stratégie aux évolutions des plateformes et des usages ?

Les principales composantes du métier seront abordées : veille informationnelle et stratégique, production éditoriale, référencement, animation de communautés, analyse des données, pilotage de campagnes et reporting. Une attention particulière sera portée aux enjeux contemporains de la communication numérique : intelligence artificielle générative, désinformation, accessibilité, sobriété numérique, protection des données, engagement des communautés, communication publique et communication de crise.

ECUE 1.4.3. Atelier de production, 35h (janvier) – Benjamin Ferron & François Leray.

Les apprenti·es travaillent en équipe et en autonomie pour répondre à une commande professionnelle dans un temps limité, en convoquant les connaissances acquises dans l'ensemble des enseignements de manière transversale. Les ateliers sont sanctionnés par un rapport écrit.

Exemples de production collective en atelier, mis en œuvre par les commanditaires :

- Plan de communication et préparation des supports de l'Observatoire des Libertés Associatives
- Plan de communication du Syndicat mixte pour l'entretien et l'Aménagement de la Rivière Juine et ses Affluents
- Campagne de notoriété pour un service d'un Conseil départemental
- Refonte des supports de communication digitale et print d'une MJC
- Charte graphique d'un réseau de médias libres et indépendants
- Plan de communication print et digital pour l'association éditrice d'une revue de sciences sociales
- **Stratégie de communication pour renforcer le lien social dans un quartier, commandée par un centre social municipal**

UE2.1 Développer un usage réflexif des outils de communication

ECUE2.1.1. Sémiologie des supports de communication. Aude SEURRAT

Le cours de "Sémiologie des supports de communication" permet aux étudiant·es d'appréhender les bases théoriques et méthodologiques de l'usage des signes (textes, symboles, signes visuels...) et de leurs inscriptions (supports papiers, numériques...), le tout en relation avec la communication des associations et des collectivités, et plus largement avec la communication d'intérêt général et liée aux causes politiques et publiques. Dans cette perspective, l'enseignement propose de s'interroger, par exemple, sur la cohérence interne d'un message (rapport texte / image...), sur l'adéquation de la forme du message à son destinataire (rapport support / public...), ou encore sur les

représentations de ses publics qu'un message induit (rapport message / publics...). A l'issue de ce cours, l'étudiant doit pouvoir s'approprier certaines clés d'analyse de la sémiologie de manière à contribuer à l'élaboration de messages pertinents et cohérents. Le cours est évalué à partir d'une étude de campagne de communication menée en groupe.

Bibliographie indicative

Roland BARTHES. « Rhétorique de l'image » revue *Communications*, n° 4, 1964.

Karine BERTHELOT-GUIET et Jean-Jacques BOUTAUD (dir.), *Sémiotique mode d'emploi*, Editions Le Bord de l'eau, 2014.

Jean-Jacques BOUTAUD et Eliseo VERON. *Sémiotique ouverte : itinéraires sémiotiques en communication*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2007

Jean-Marie Floch, *Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies*, Presses Universitaires de France, 2002 (rééd.). [BU : Campus Centre Salle de lecture Haut cote 808.1 FLO]

Martine Joly, *L'image et les signes. Approche sémiologique de l'image fixe*, Armand Colin, 2011 (rééd.). [BU : Campus Centre Salle de lecture Bas cote 07.4 JOL]

ECUE2.1.2. Veille informationnelle

UE2.2 Maîtriser les méthodes du diagnostic, du plan et de la stratégie de communication

ECUE 2.2.1. Diagnostic et plan de communication

ECUE 2.2.2. Relations presse

ECUE 2.2.3. Stratégie de communication sur le web

UE 2.3 Organiser son travail dans une perspective d'intérêt général

ECUE 2.3.1 Communication événementielle

ECUE 2.3.2 TEDS

UE 2.4 Pratiquer la communication des institutions, associations et des collectivités

ECUE 2.4.1.A Ecriture professionnelle

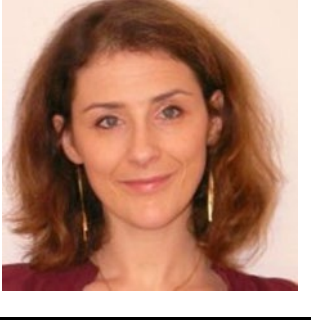
ECUE 2.4.1.B Ecriture professionnelle en anglais

ECUE 2.4.2.A. Atelier de production (journal)

ECUE 2.4.2.B. Atelier de production en anglais (journal)

ECUE 2.5 Mémoire professionnel / stage

L'équipe enseignante

Téo CAZENAVE 	Téo Cazenaves est doctorant en sciences de l'information et de la communication au sein de l'école doctorale Cultures et Sociétés de l'Université Paris Est et membre du laboratoire Céditec. Sa thèse intitulée <i>Vendre l'indépendance : positions, prises de positions et luttes de définition au sein de l'espace des « médias indépendants »</i> en France (2017-2025) propose une analyse par entretiens, observation ethnographique, analyse textométrique et travail sur archives du quotidien au travail et de la revendication d'« indépendance » dans trois médias français. Dans sa vie professionnelle antérieure, il a travaillé comme journaliste pour divers médias indépendants (Le Monde Diplomatique, Mediapart) et a assumé des fonctions d'encadrement de la rédaction au sein de Le Média TV.
Tom LANNEAU	
	Anne Granger est maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication au département de communication politique et publique de l'UPEC. Elle assure les cours « Droit de la communication », « Institutions publiques » ainsi que le tutorat pédagogique d'apprenti.e.s de la Licence.
	Sandrine Guirado est directrice de la communication d'une association nationale de collectivités – la FNCCR – dédiée aux services publics locaux de l'eau, l'énergie, le numérique. Professionnelle de la communication publique, elle a travaillé au sein de plusieurs collectivités et pour des associations nationales de collectivités après quelques années en agences de communication pour des entreprises. Elle est membre des deux principales associations de communicants publics. Elle assure les cours de Diagnostic et plan de communication.
	Ingrid Launay-Cotrebil est attachée de presse depuis 1999. Elle a créé <i>Le Bonheur est dans la Com'</i>, agence de Relations Presse, en 2006, après plusieurs expériences en agences (dans le domaine du luxe, de la communication médicale et des médias notamment) et chez l'annonceur (dans l'édition). Spécialisée dans le domaine de la construction, de l'immobilier et de l'environnement, l'agence <i>Le Bonheur est dans la Com'</i> travaille tout autant avec les médias de la presse professionnelle que grand public. Accompagnant ses clients sur le long terme, certains depuis 2006, l'agence accorde une place

	centrale au conseil stratégique mais intervient également sur toute la chaîne d'actions des Relations Presse.
	François Leray est professeur associé et professionnel de la communication politique et publique. Diplômé en communication et en relations internationales, il est également administrateur de l'association "Communication publique". Il codirige la licence professionnelle communication des institutions publiques, des associations et des collectivités (CIPAC) avec Benjamin FERRON. Il propose des cours en licence et en master portant sur les compétences et les métiers de la communication politique et publique, et sur les enjeux de l'intelligence artificielle et des manipulations de l'information pour la communication des institutions publiques.
	Olivier Noyelle , directeur artistique free-lance depuis 2001 (Dior, Peugeot, Canalsat, Paris-Match, Chronicart, MGEN), a été directeur artistique chez Connectworld, groupe Havas et chez Grolier interactive, groupe Lagardère. Diplômé des Beaux-Arts et de l'ENSAD, co-fondateur du magazine <i>Chronic'Art</i> et de la sarl de presse l'Editant. Il assure les cours de Publication Assistée par Ordinateur (PAO) et de Webdesign.
	Antoine Ollivier est spécialisé dans les enjeux de communication politique, d'action publique territoriale et d'accompagnement des élu·es. Il est Chef de cabinet de Florian Sitbon, Adjoint au Maire de Paris chargé de la culture, de la souveraineté culturelle et des médias libres, où il participe à la mise en œuvre des politiques culturelles parisiennes. Il a auparavant été Conseiller à l'Association des Petites Villes de France (APVF), association d'élus pluraliste. Il assure le cours de stratégie de communication sur le web.
	Benjamin Ferron est sociologue, docteur en science politique et maître de conférences au Département de communication politique et publique de l'UPEC. Il est membre du Céditec (EA 3119), rattaché au Centre Nantais de Sociologie (UMR 6025) et membre du comité de rédaction de la revue <i>Politiques de communication</i> . Ses recherches portent sur la sociologie du journalisme et des médias, les stratégies de communication des mouvements sociaux et la construction des problèmes publics. Il a publié l'ouvrage collectif <i>Donner la parole aux « sans-voix » ?</i> (2022) et <i>La communication des mouvements sociaux</i> (2024) Il codirige avec François Leray la Licence professionnelle CIPAC, où il assure plusieurs cours ainsi que des tutorats pédagogiques.
	Camille Riou

	Camille Riou est doctorante en sciences de l'information et de la communication à l'Università Dante Alighieri de Reggio Calabria et attachée temporaire d'enseignement et de recherche (ATER) au sein du département de communication politique et publique de l'UPEC. Ses recherches portent sur les pratiques de communication en ligne et hors ligne des militant·e·s engagé·e·s dans la lutte contre les violences sexuelles en France et en Italie, dans le cadre de travaux législatifs. Elle s'intéresse par ailleurs aux réponses politiques suscitées par cet activisme hybride. Elle assure les enseignements d'écriture professionnelle.
	Emmanuelle Simoneau est actuellement Coordinatrice des Éditions et des Événements à la FEHAP (fédération des Établissements Hospitaliers et d'Aide à la Personne – Privés Non Lucratifs) Après avoir collaboré pendant cinq ans à l'élaboration de la revue <i>Perspectives Sanitaires et sociales</i>, elle a pris en charge l'ensemble des aspects opérationnels des divers événements à la fois internes et externes de la fédération. Elle assure les cours d'imprimerie (PAO) et de communication événementielle
	Aude Seurat est Professeure des universités en sciences de l'information et de la communication à l'INSPE de Créteil. Ses recherches portent sur la médiation des savoirs et principalement sur l'analyse des supports d'éducation, de formation et de sensibilisation. Elle a notamment publié Seurat A. (2018), <i>Communiquer sur la diversité?</i> Paris, AFMD Editions (https://www.afmd.fr/communiquer-sur-la-diversite) et dirigé le manuel Seurat A. (dir.) (2014), <i>Écrire un mémoire en sciences de l'information et de la communication. Récits de cas, démarches et méthodes</i>, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle. Elle assure les cours de Sémiologie des supports de communication.
	Lorraine Stravens est spécialiste de l'action extérieure des collectivités territoriales et de la diplomatie des villes. Elle a co-développé des écoles d'été consacrées au consulting territorial, réunissant des collectivités françaises et des chercheurs européens issus de diverses disciplines, au sein de l'Institut d'Études Européennes et Globales. En tant que cheffe de projet en communication, elle a travaillé au sein du premier groupe français de presse magazine, ainsi que pour plusieurs associations et radios.

	Stéphanie Wojcik est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication et directrice du département de communication politique et publique de l'Université Paris-Est Créteil (UPEC). Elle est membre du Céditec (EA3119). Ses recherches portent sur les usages politiques d'Internet, la démocratie participative et le débat public, ainsi que la communication des institutions politiques locales et européennes. Elle assure le cours « Les institutions publiques en France » au sein de la Licence.
---	--

	Gauthier AUVERLOT
--	---------------------------------



llsh.u-pec.fr

Université Paris-Est Créteil
61 avenue du Général de Gaulle, 94010 Créteil cedex
Métro 8 : Créteil Université