

<b>DIPLOME</b>	Licence d'Information et Communication (INFOCOM)
<b>PARCOURS</b>	Pas de parcours pour ce diplôme
<b>ANNÉE D'ÉTUDES</b>	Licence niveau 3
<b>INTITULÉ DU COURS</b>	Communication publique
<b>ENSEIGNANT(S)</b>	Céline BECERRA-RACERO
<b>Adresse de contact</b>	cbecerra@cctdm.fr
<b>TYPE DE COURS</b>	CM + TD
<b>NOMBRE D'HEURES</b>	5h CM et 5h TD
<b>LANGUE D'ENSEIGNEMENT</b>	Français
<b>TYPE D'ENSEIGNEMENT</b>	En présentiel et à distance
<b>CAPACITÉ D'ACCUEIL LIMITÉE</b>	Oui
<b>SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES</b>	90
<b>OUVERT AUX ETUDIANTS ÉTRANGERS</b>	Oui
<b>SI OUI NOMBRE DE PLACES OUVERTES</b>	5
<b>PRÉ-REQUIS</b>	

## OBJECTIF DU COURS

Le cours de "Communication Publique" a pour objectif de présenter les différentes collectivités et organismes publics ainsi que les stratégies de communication publique qui peuvent être menées par chacune d'elles en fonction de leur domaine de compétence.

## DESCRIPTIF DU COURS

Dans un premier temps, il s'agira de présenter l'organisation administrative française, les différentes collectivités territoriales, ainsi que les organismes publics et leurs domaines de compétence respectifs, en s'appuyant sur les dernières décisions législatives. Dans un second temps, il s'agira de présenter le domaine de la communication publique, d'en définir ses objectifs, de lister ses différentes cibles et de détailler la méthodologie et les outils de communication pouvant être développés et constituant la stratégie de communication :

Retrouvez votre emploi du temps sur : <https://ent.uca.fr>

Retrouvez les coordonnées de votre secrétariat pédagogique : <https://lcc.uca.fr/lufr/services-administratifs>

- \* identité graphique (logo, charte graphique, signalétique...),
- \* supports institutionnels (bulletin d'information municipal, agenda, guide, brochures...),
- \* outils numériques (site, réseaux sociaux, applications...),
- \* média planning,
- \* réseaux d'affichage,
- \* organisations d'événementiels,
- \* relations publiques (événements, protocole, invitations...),
- \* relations presse (dossier, communiqué, voyage de presse...),
- \* l'E-Administration,
- \* Sponsoring et mécénat,
- \* communication interne (journaux, intranet...).

Le marketing territorial sera également présenté durant ce cours avec des exemples de campagne d'attractivité. Enfin, les étudiants pourront mettre en pratique cet apprentissage durant les travaux dirigés au cours desquels il leur sera demandé de définir une stratégie de communication, sur la base d'une méthode proposée et en fonction d'un cas donné.

Ce travail s'effectuera par petits groupes de 5 ou 6 étudiants et donnera lieu à un rendu oral ainsi qu'un rendu écrit.

## **BIBLIOGRAPHIE / SITOGRAPHIE**

Vie publique

Gazette des communes

Association des Maires de France (AMF)

Direction Générale des Collectivités Territoriales (DGCL)

Ministère de la Fonction publique

Fédération Nationale des Centres de Gestion

Centre National de la Fonction Publique Territoriale (CNFPT)

CNFPT : Maîtriser sa communication publique numérique, Dossier d'experts, territorial éditions, janvier 2017

Enquête nationale métiers - CNFPT - 2013 Légifrance Cap Com

Retrouvez votre emploi du temps sur : <https://ent.uca.fr>

Retrouvez les coordonnées de votre secrétariat pédagogique : <https://lcc.uca.fr/lufr/services-administratifs>