

Etudes & Métiers



INFORMATION ET COMMUNICATION



Edition:

2020/2021

Ministère de l'Enseignement supérieur
et de la Recherche - CEDIES
www.cedies.lu
18-20, montée de la Pétrusse
L-2327 Luxembourg

Photos:

Adobe Stock

Clôture de rédaction:

29 juillet 2020

Toute modification postérieure à cette date est
annoncée sur le site www.cedies.lu.

**Dans la présente publication,
le masculin est utilisé dans un
souci de lisibilité sans volonté de
discrimination.**

Sommaire

Formations

4	LUXEMBOURG
13	ALLEMAGNE
17	AUTRICHE
20	BELGIQUE
24	FRANCE
30	PAYS-BAS
33	ROYAUME-UNI
35	SUISSE

Métiers

38	LES MÉTIERS EN 4 FAMILLES :
38	1. COMMUNIQUER
40	2. INFORMER
43	3. METTRE EN FORME
44	4. PROMOUVOIR

Métiers

47	INFORMATIONS SUPPLÉMENTAIRES
-----------	-------------------------------------

La série de dossiers

« Etudes & Métiers »

a pour objectif de vous donner les informations de base nécessaires pour vous aider à faire votre choix. De nombreux sites internet y sont référencés. Consultez-les pour obtenir une information détaillée sur les formations, les établissements, les procédures d'inscription et le cadre professionnel.

En matière d'information, soyez vigilants :

- Les informations les plus récentes se trouvent toujours sur le site de l'école ou de l'université !
 - Contactez le Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche - CEDIES pour vous assurer que la formation est reconnue et vous donne droit aux aides financières de l'État pour études supérieures !
 - Ne limitez pas votre demande d'inscription à une seule université ou un seul pays !
-

Faire des études de communication, se lancer dans un métier dans ce secteur

Quelques questions :

Un métier pour vous ?

Des études courtes ou longues ?

Dans quel pays et en quelle langue ?

Un petit guide pour vous orienter et vous guider.

Faites le bon choix !

Suivre cette filière est un choix intéressant en sachant que le contenu des cours est très large. On touche en effet à tout. Le choix des études en communication n'est pas forcément hasardeux dans le sens où elles font appel à de nombreuses compétences créatives, informatiques, relationnelles et organisationnelles. Durant vos études, vous pourriez être amenés à monter des vidéos, à écrire des communiqués de presse, à gérer des réseaux sociaux, à retoucher des photos, à créer des flyers, à réaliser des reportages...

On parle également d'un secteur considérable et étendu permettant de s'investir dans de nombreux domaines : les relations publiques, la gestion culturelle, la publicité, le journalisme, l'édition, etc. Les centres d'intérêt ainsi que les possibilités vers lesquels se tourner sont nombreux.

ETUDES

LUXEMBOURG

Le Luxembourg n'offre pas de formation spécifique en communication. Cependant certains programmes de BTS, de Bachelor et de Master peuvent mener à un emploi dans ce secteur.

Diplôme délivré :

BTS - Brevet de Technicien Supérieur

■ **BTS Media Writing**

Le BTS Media Writing est construit autour de trois grands axes de formation :

- la maîtrise de l'expression écrite et orale des langues en usage dans les médias au Luxembourg ;
- la maîtrise de la recherche, de l'analyse et du traitement de l'information,
- la maîtrise des techniques et de la technologie des médias.

→ À cela s'ajoutent les stages professionnels et le projet finalisé par un travail de fin d'études, les nombreuses visites et les projets en situation réelle.

Lieu de formation :

Lycée classique de Diekirch

Programme :

Les modules du domaine de la recherche, de l'analyse et du traitement de l'information sont consacrés aux techniques d'écriture journalistique et de rédaction publicitaire, à la maîtrise des connaissances relatives à l'univers professionnel et à une culture générale effective.

Les ateliers de communication et médias développent la maîtrise technique des médias : techniques numériques de réalisation et de production visuelle, audio et audiovisuelle, marketing digital, réseaux sociaux.

Durée de la formation :

4 semestres / 2 années

Niveau de langues :

C1 pour les langues allemandes et françaises, B2 pour la langue anglaise

Stages :

2 stages d'une durée totale de 12 semaines

Conditions d'admission :

diplôme de fin d'études secondaires classiques/générales/diplôme de technicien (avec certification de langues). Si le nombre de

candidatures dépasse les 15, un concours d'admission avec classement est organisé.

Date d'inscription :

fin juin

Pour quels métiers ?

- Journaliste
- copywriter
- reporter multimédia
- rédacteur web
- assistant en communication
- corporate Publisher
- content Manager
- community Manager
- chargé de communication interne et externe

Pour plus d'informations :

www.lcd.lu

Diplôme délivré :

BACHELOR

■ Bachelor en Cultures Européennes

Lieu de formation :

Université de Luxembourg

Programme :

2 grands avantages :

1. **Multilinguisme**
2. **Interdisciplinarité**

→ Offre la possibilité de suivre des **études de spécialisation** dans l'une des disciplines suivantes : français, allemand, histoire, philosophie ou anglais

→ Le programme d'études vise à transmettre des connaissances spécialisées et à faire acquérir des qualifications dans la discipline choisie.

Des compétences transdisciplinaires liées au raisonnement pluraliste, l'interdisciplinarité et le multilinguisme permettent d'ouvrir un vaste éventail de débouchés.

→ Les connaissances et compétences suivantes sont enseignées :

- Connaissances méthodologiques multidisciplinaires
- Expertise dans le domaine du transfert des connaissances
- Capacité de réflexion multidisciplinaire
- Réflexivité
- Facultés de communication
- Compétences rhétoriques et linguistiques
- Techniques de présentation
- Formation professionnelle pour la coopération dans des projets internationaux et dans des contextes d'action internationaux
- Aptitude au multilinguisme

Durée de la formation :

6 semestres / 3 ans dont 1 semestre de mobilité obligatoire à l'étranger

Niveau de langues :

- niveau « C1 » pour la 1ère langue de l'Étudiant
- niveau « B2 » pour la 2e langue
- niveau « A2 » pour la 3e langue

Conditions d'admission :

diplôme de fin d'études secondaires

classiques/générales

Procédures d'inscription :

inscription en ligne sur www.uni.lu.

Les dates exactes sont à vérifier sur le site !

Pour quels métiers :

- journalisme, médias
- management culturel
- relations publiques
- publicité
- organisations internationales

Informations complémentaires :

www.uni.lu

Diplôme délivré :

MASTER

- **Master in Learning and Communication in Multilingual and Multicultural Contexts**

Lieu de formation:

Université de Luxembourg

Programme :

- vise à familiariser les étudiants avec la **littérature scientifique** concernant le multilinguisme et le multiculturalisme dans des champs tels que la sociolinguistique, la linguistique appliquée, l'éducation, l'épistémologie, la sociologie, la littéracie digitale, etc.
- vise à développer chez eux une connaissance approfondie des outils méthodologiques nécessaires pour la **recherche qualitative** dans ces domaines.
- vise à développer chez les étudiants des compétences de chercheur
- vise à accompagner les réflexions nécessaires aux étudiants pour agir en acteurs responsables dans la société, en relation avec les questions de multilinguisme et de multiculturalisme.

Temps forts du programme :

- Symposium international dans une Université partenaire ;
- Master Class avec des experts de renommée internationale ;
- Stage en milieu professionnel ;
- Personnel et étudiants multilingues et multiculturels ;
- Relations avec le secteur privé et publique, incluant les Institutions Européennes.

Durée :

2 ans/4 semestres- 25 étudiants /an

Langues d'enseignement :

anglais, français, allemand (certains cours sont multilingues)

Conditions d'admission :

Les candidats doivent être détenteurs d'un Bachelor en sciences de l'éducation, sciences sociales, psychologie ou toute autre discipline en relation avec l'apprentissage, les langues ou des problématiques socioculturelles.

Sélection des candidats retenus sur dossier et sur base d'une lettre de motivation.

Dates d'inscription :

à vérifier sur le site www.uni.lu

Pour quels secteurs ?

carrières dans les domaines de l'éducation et de la formation, du journalisme, des nouveaux médias, de la gestion de la diversité, de la médiation interculturelle, de la communication au travail, du tourisme, de la traduction, du management culturel, etc.

Informations complémentaires :

www.uni.lu

■ Master en Etudes Franco-Allemandes : Communication et Coopération Transfrontalières

Lieu de formation:

Université de Luxembourg

Remarque :

Master en coopération avec les universités de Sarre et de Lorraine (Metz).

Programme :

- Acquisition d'un savoir interdisciplinaire (connaissance approfondie des relations franco-germano-luxembourgeoises dans les domaines culturel, politique, économique et juridique)
- Maîtrise des styles de communication médiatique en Allemagne, en France et au Luxembourg

- Renforcement des compétences de niveau universitaire dans les langues française et allemande et de très bon niveau dans une troisième langue (de préférence, anglais)
- Application d'une compétence interculturelle

Durée :

2 ans/4 semestres

Langues d'enseignement :

La maîtrise des langues française et allemande, à l'oral comme à l'écrit, est indispensable (niveau de langues requis : C1)

Conditions d'admission :

Licence «d'études franco-allemandes: communication et coopération transfrontalières»; licence d'allemand (Universités françaises); licence «communication médiatique» ou «communication des organisations»; licence en droit, licence en lettres ou en sciences humaines (histoire géographie, sociologie, communication), Bachelor en cultures européennes de l'Université du Luxembourg.

Sélection :

sur la base du dossier d'inscription et sur celle d'entretiens individuels

Pour quels secteurs ?

- Métiers de la radiotélévision et des agences de presse à vocation transfrontalière
- Domaine des relations publiques, du marketing et de la gestion du personnel dans les entreprises implantées en SAR/LOR/LUX
- Préparation à des formations menant à des postes de responsabilité au niveau des institutions européennes et les institutions culturelles à vocation européenne
- Domaine de l'enseignement, de la recherche (passerelle vers le master d'études germaniques et le doctorat), des échanges culturels (festivals, théâtres...) et linguistiques.

Informations complémentaires :

www.uni.lu

- **Trinationaler Master in Literatur-, Kultur - und Sprachgeschichte des deutschsprachigen Raums**

Bildungseinrichtung:

Universität Luxemburg

Dauer:

2 Jahre/4 Semester

Unterrichtssprache:

Deutsch

Programm:

Die Studierenden

- können **Methoden und Theorien** der Philologien sicher anwenden;
- sind in der Lage, die Epochen der deutschen Literatur zu beschreiben und im Kontext einer kultur- und medienhistorischen Perspektive kritisch zu verorten;
- haben ein **Reflexionsniveau**, das es ihnen ermöglicht, die Beziehungen zwischen der deutschen Literatur und anderen **Formen und Diskursen gesellschaftlicher, ästhetischer und kultureller Selbstdarstellung** aufzuzeigen;

- können ihr **Wissen über die deutsche Sprache und Literatur** in synchroner und diachroner Perspektive entfalten und es sowohl vergleichend und kontrastierend als auch kultur- und nationenübergreifend anwenden.
- verfügen über die Kompetenz, ihr **Wissen im Bereich der deutschen Sprache und Literatur** zu systematisieren und es auf andere, übergreifende Kontexte zu übertragen;
- können ihr Wissen über die deutsche **Sprache und Literatur auf spezifische Fragestellungen im akademischen Kontext** ebenso applizieren wie auf Probleme und Fragestellungen in anderen beruflichen Horizonten.

Voraussetzungen:

abgeschlossenes Bachelor in den Kultur-, Geistes-, Sprach- oder Literaturwissenschaften

Studienplätze:

30

Unterrichtssprache:

Deutsch

Einschreibung:

Genauere Einschreibungsdaten unter www.uni.lu

Berufsmöglichkeiten:

- Wissenschaft, Verlagswesen, Journalismus, Medien, Kulturinstitutionen, Bibliotheken, Erwachsenenbildung;
- Bereiche der Sprache, der Literatur und der Medien;
- Interne und externe Kommunikation, Marketing, aber auch Beratungstätigkeiten - d.h. Personalberatung, Coaching für Führungskräfte oder auch Unternehmensberatung und freie Trainertätigkeit

Für mehr Informationen:

www.uni.lu

- **Master in Transnational German Studies**
Internationales Joint degree Studienprogramm Porto – Luxemburg – Mainz - Palermo

Bildungseinrichtung:

Universität Luxemburg

Dauer:

2 Jahre/4 Semester

Unterrichtssprache:

Deutsch, teilweise Englisch

Programm:

Im internationalen Joint Master Degree „Transnational German Studies“ erwerben Sie Ihren Master (Master of Arts, Mainz / Mestre, Porto / Laurea Magistrale, Palermo) im Rahmen eines Studiengangs an insgesamt vier europäischen Hochschulen.

Über die Einbettung fachwissenschaftlicher germanistischer Kenntnisse in einen transeuropäischen, interkulturellen und interdisziplinären Kontext wird die örtliche Internationalität mit einer inhaltlichen verbunden. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Literatur des Mittelalters und der Frühen Neuzeit, erweitert werden die genuin literaturwissenschaftlichen Inhalte durch Veranstaltungen zur Kulturge-

schichte, zur Berufsfeldorientierung und zum spezifischen Sprachkompetenzerwerb.

Dieses besondere Studienangebot richtet sich an Studierende aus Europa und aller Welt. Es vermittelt neben tiefem kulturhistorischen, literarischen und sprachlichen Wissen nicht nur die europäischen Werte der offenen Gesellschaft und internationale, interkulturelle und transdisziplinäre Bildung, sondern ebenso Kompetenzen, die den Studierenden den Einstieg in vielfältige berufliche Möglichkeiten eröffnen und sie für spätere verantwortungsvolle Tätigkeiten in der Gesellschaft qualifizieren.

Voraussetzungen:

Studienabschluss

Nachweis eines Bachelorabschlusses in den Geistes- oder Kulturwissenschaften an einer Hochschule in Deutschland oder im Ausland oder eines Studienabschlusses an einer Hochschule in Deutschland oder im Ausland, der sich davon nicht wesentlich unterscheidet. Der Studienabschluss muss von allen Partneruniversitäten als qualifizierend für den Zugang zum Masterstudiengang bewertet werden.

Der Studienabschluss muss einen Anteil von mindestens 50 Leistungspunkten (LP) im Fach Germanistik aufweisen. Sofern der Studienabschluss keine ECTS-Leistungspunkte ausweist, ist ein äquivalenter Umfang nachzuweisen.

Nachweis von Sprachkenntnissen:

- Deutsche Sprachkenntnisse: B2
- Englische Sprachkenntnisse: B1

Einschreibung:

Die Bewerbung und Einschreibung in den Studiengang ist zum Wintersemester eines jeden akademischen Jahres möglich. Beachten Sie dazu bitte die Bewerbungsfristen und -modalitäten auf der Webseite der Universität Porto.

Berufsmöglichkeiten:

- Politische und kulturelle Institutionen, Bildungsinstitutionen (z.B. Bildungsministerium), inklusive Einrichtungen der EU, Kulturinstitutionen (Museen, Galerien, Theater, Oper etc.), Verbände und Wirtschaftsorganisationen, Kulturjournalismus (Zeitungspraxis: Feuilleton, Literaturkritik, print und online; Radiopraxis: Hörfunk und Podcast; Videopraxis: Fernsehanstalten, Redaktion, Produktion)
- Aufgaben der Leitung, Konzeption, fachlichen Mitarbeit oder Öffentlichkeitsarbeit in Bibliotheken, Literaturarchiven, Kulturförderung, Literarischen Gesellschaften, Literaturagenturen, Literaturhäusern, Literaturmanagement (z.B. (populäre oder wissenschaftliche) Verlage) u.a.

Für mehr Informationen:

www.uni.lu

DEUTSCHLAND

Fachbereich:

KOMMUNIKATION/MEDIEN

Im Studienfeld Kommunikation und Medien findet sich eine Vielfalt an Möglichkeiten – sowohl was die Studiengänge als auch die späteren Berufsmöglichkeiten betrifft. Häufig ist durch die Wahl des Studienfaches noch nicht klar, wo später der berufliche Weg einmündet. Durch das Internet sowie mobile und digitale Technologien stehen diese Disziplinen stets vor neuen Herausforderungen. Dies erklärt, warum in den vergangenen Jahren in diesem Bereich viele neue Studiengänge entstanden sind.

- **Die Kommunikationswissenschaft** untersucht den Kommunikationsprozess in all seinen Auswirkungen, die Funktionsweise von Massenmedien und deren Wirkung auf die Öffentlichkeit.
- Unter dem Oberbegriff „**Medien**“ finden sich zum einen theoretisch orientierte Studiengänge, die auf eine Tätigkeit in Journalismus und Redaktion sowie in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vorbereiten. Voraussetzungen sind neben einem kreativen und sicheren Umgang mit Sprache die Fähigkeit, komplexe Sachverhalte und Zusammenhänge allgemein verständlich wiederzugeben sowie Interesse an vielfältigen Kontakten. Die produktionsorientierten Studiengänge wie **Medientechnik oder Informationsmanagement** vermitteln zum anderen eher das praktische Wissen um die Medienproduktion und -verwaltung.

Studienabschlüsse:

Bachelor/Master

Studiendauer:

Bachelor: 6 Semester / 3 Jahre

Master: 4 zusätzliche Semester / 2 Jahre

Mögliche Studiengänge:

(unter www.studienwahl.de abrufbar)

- Angewandte Medien und Kommunikationswissenschaft
- Informatik und Kommunikationswissenschaften
- Interkulturelle Kommunikation
- Kommunikation und Medienmanagement
- Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Im Masterstudium ist eine Spezialisierung oder Verbreiterung der Kenntnisse möglich, z.B. in Bereichen wie Media Direction, Literatur und Medienpraxis oder Kultur, Ästhetik und Medien.

Programm:

Beispiel: Uni Bamberg

www.uni-bamberg.de

Der Bachelor-Studiengang Kommunikationswissenschaft ist auf sechs Semester ausgelegt. Er gliedert sich in fünf Modulgruppen, die sich in der Regel aus je zwei-drei Lehrveranstaltungen zusammensetzen:

1. Grundlagen und Methoden der Kommunikationswissenschaft
Überblick über das Mediensystem, Einführung in Forschungsmethoden und Theorien sowie Problemstellungen der Kommunikationswissenschaft
 2. Empirische und theoretische Kommunikationswissenschaft
Vertiefung zentraler Fragestellungen des Faches; Analyse aktueller Medienentwicklungen und Forschungsrichtungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten
 3. Praxis der Kommunikationsberufe
Übungen zur Vermittlung praktischer Fertigkeiten aus Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit und verwandten Berufsfeldern - zum Teil anhand konkreter Projekte
 4. Arbeits- und Berufsfeldforschung
Informationen über Kommunikationsberufe; konkrete Einblicke in den Arbeitsmarkt und die verschiedenen Tätigkeitsfelder
 5. Profil- und Spezialisierungsmodul
Anhand wechselnder Themen werden kommunikationswissenschaftliche Zugänge aufgezeigt; Methoden angewandt und Fachwissen erweitert
-

Berufsmöglichkeiten nach dem Studium:

- Produktionsstudios von Hörfunk- oder Fernsehsendern
- Multimedia-Agentur
- Werbeagenturen
- Verlagen und anderen Unternehmen der Medienbranche
- Meinungsforschungsinstituten
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen oder Institutionen

Fachbereich:

JOURNALISMUS

Es gibt zahlreiche Journalismus-Studiengänge in Deutschland. Die meisten davon bereiten konsequent auf den Journalistenberuf vor, es gibt allerdings auch Studiengänge an der Schnittstelle von Medien- oder Kommunikationsstudium, die für den Beruf als klassischer Journalist bei Zeitschriften/Zeitungen nicht optimal sind und eher in Richtung PR oder Unternehmenskommunikation gehen.

Studienabschluss:

Bachelor /Master

Studiendauer:

Bachelor: 6 Semester / 3 Jahre

Master: 4 zusätzliche Semester / 2 Jahre

Mögliche Studiengänge:

(unter www.studienwahl.de abrufbar)

Journalismus; Fashion
Journalismus, Journalismus
und Public Relations, Mode
Journalismus, Musikjournalismus,
Sportjournalismus,
Technikjournalismus,
Wirtschaftspolitischer Journalismus,...

Zulassungskriterien:

- 2 - 3 Monate Vorpraktikum in einem Verlag, einer Redaktion oder in der Presseabteilung eines Unternehmens
- Numerus Clausus (NC) kann hoch ausfallen, weil Journalismus – Studiengänge sehr gefragt sind

Programm:

Beispiel : Hochschule Magdeburg

www.hs-magdeburg.de

Einführung in das Journalismus-Studium

- Schreiben für die Medien

Sprachen

- Englisch oder andere Sprache

Medienwirtschaft

- Grundlagen des Medienmanagements
- Grundlagen der Medienökonomie

Medien und Gesellschaft

- Journalismus und Öffentlichkeit
- Journalistische Qualität und Ethik
- Politisches System

Berufsmöglichkeiten nach dem

Studium :

- Redakteure,
- Korrespondent,
- Moderator,
- Fachlektor,
- Reporter, Bildjournalist sowie
- Presse- und Medienreferent.

Bei wachsender Tendenz zur Freiberuflichkeit

- Online- und Multimediabereich
- Tages- und Wochenzeitungen, Zeitschriften, Anzeigenblättern,
- Fernsehen und Hörfunk,
- Pressestellen, Agenturen und Pressebüros;
- im Bereich Public Relations/ Öffentlichkeitsarbeit und Corporate Publishing

Einschreibungsprozedur:

Hängt von der jeweiligen Bildungsinstitution ab:

3 Möglichkeiten:

- 1.** Entweder über www.uni-assist.de
- 2.** oder über www.hochschulstart.de
- 3.** oder bei der Hochschule selbst über ein Online-Formular

Bewerbungsfristen:

■ Wintersemester:

Ende Mai bis 15. Juli

Der Zulassungsbescheid wird im August/September verschickt

Der Ablehnungsbescheid wird im September/Okttober verschickt

■ Sommersemester:

Anfang Dezember bis 15. Januar

Der Zulassungsbescheid wird im **Februar/März** verschickt

Der Ablehnungsbescheid wird im **März/April** verschickt

Hilfreiche Webseiten:

www.studienwahl.de

www.hochschulkompass.de

www.daad.de

www.studieren-studium.com

www.study-in.de

www.medienstudienfuehrer.de/

ÖSTERREICH

Fachbereich:

KOMMUNIKATION/MEDIEN

Diese Fachrichtung befasst sich mit den Grundlagen und den Voraussetzungen menschlicher Kommunikation, wie sie schriftlich oder mündlich, meist durch die modernen Massenmedien vermittelt, stattfindet. Dabei spielt auch die psychologische Dimension eine wichtige Rolle. Studierende benötigen ausgeprägtes Interesse an Kommunikationsprozessen und deren aktiver Gestaltung.

Studienabschlüsse:

Bachelor/Master

Studiendauer:

Bachelor: 6 Semester / 3 Jahre

Master: 4 zusätzliche Semester / 2 Jahre

Programm:

Das Basisstudium vermittelt **fachspezifisches Know-How** in Kombination mit wirtschaftswissenschaftlichen Modulen und Konzepten der Unternehmensführung.

Es erfolgen meist Einführungen in die unterschiedlichen Anforderungen an Management von Information, Kommunikation und Medien-Organisationen. Zudem geht es um die wissenschaftlichen Grundlagen von Management sowie der Organisation von Information und Kommunikation. Das Fach macht sowohl mit den unterschiedlichen theoretischen Positionen als auch mit den rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen vertraut und vermittelt in vielen Fällen das grundlegende journalistische Rüstzeug.

Die einzelnen Studiengänge im Überblick:

an Universitäten

Uni Wien

www.univie.ac.at

- Publizistik – und Kommunikationswissenschaft (B/M)
- Transkulturelle Kommunikation (B)

Uni Salzburg

www.uni-salzburg.at

- Kommunikationswissenschaft (B/M)

Universität Klagenfurt

www.aau.at

- Medien – und Kommunikationswissenschaften (B)

- Medien, Kommunikation und Kultur (M)

Universität Graz

www.uni-graz.at

- Transkulturelle Kommunikation (B)

und an Fachhochschulen

Fachhochschule Burgenland

www.fh-burgenland.at

- Information, Medien & Kommunikation

Fachhochschule St. Pölten

www.fhstp.ac.at

- Marketing und Kommunikation

FH OÖ Hagenberg

www.fh-ooe.at/campus-hagenberg/

- Kommunikation, Wissen, Medien (B/M)

FH Joanneum

www.fh-joanneum.at

- Communication, Media, Sound and Interaction Design (M)

MCI Management Center Innsbruck Internationale Hochschule

www.mci.edu

- Management, Communication & IT (B/M)

FH Kufstein Tirol

www.kufstein.ac.at

- Marketing & Kommunikationsmanagement
-

Fachhochschule Technikum Wienwww.technikum-wien.at

- Informations- und Kommunikationssysteme (B)

*Fachbereich:***JOURNALISMUS**

Hier erlernen die Studierenden das Handwerkszeug zum erfolgreichen Umgang mit Öffentlichkeit, etwa in Zeitungen, aber auch in Onlinemedien und in Public Relations. Auf wissenschaftlicher Grundlage befassen sie sich mit dem Verfassen von Texten und dem Gestalten von Nachrichten in sehr unterschiedlichen Feldern wie z.B. Sport, Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft oder Politik. Sie lernen dabei auch die professionelle Recherche. Gut geeignet für Studierende mit hoher Sprach-Affinität und großer Neugierde.

**Die einzelnen Studiengänge im Überblick:
an Universitäten**

Danube Private Universitywww.dp-uni.ac.at

- Medizinjournalismus und Öffentlichkeitsarbeit (B/M)

Webster Vienna Private Universitywww.webster.ac.at

- Media Communications (B)

Und an Fachhochschulen**FH Joanneum**www.fh-joanneum.at

- Journalismus und Public Relations (PR) (B)

**FHW Fachhochschulstudiengänge
Betrieb- und Forschungseinrichtungen
der Wiener Wirtschaft**

www.fh-wien.ac.at/

- Journalismus und Medienmanagement (B)
- Journalismus und neue Medien (M)

Bewerbungsfristen:

- **Wintersemester bis zum 1. September**

- Bei Studienbeginn im **Sommersemester ist der 1. Februar** der Stichtag

- Manchmal werden die Fristen von den Hochschulen selbst festgesetzt, hier sollte man sich besser im Voraus auf der Webseite der Wunschuniversität informieren.

Wenn mehr Bewerber als Plätze erwartet werden, entscheiden Hochschulen oftmals Aufnahme- oder Eignungsverfahren durchzuführen, hierfür muss man sich online registrieren.

Berufsmöglichkeiten nach dem Studium:

- Redaktion/Chefredaktion in Printmedien, Radio, TV, Online
- Programmplanung
- Redaktions- und Schnittstellenmanagement
- Produktentwicklung
- Projektmanagement
- Vertriebsorganisation
- Marketing- und Anzeigenabteilung

Zusätzliche Informationen:

www.studienwahl.at

www.studiversum.at

www.fachhochschulen.ac.at

www.fachhochschulen.at

www.studienplattform.at

www.studieren-studium.com

www.studieren-in-oesterreich.de

BELGIQUE

Filière :

JOURNALISME/COMMUNICATION/MEDIAS

En Belgique, vous avez les possibilités suivantes :

- **Les études universitaires en communication qui durent 5 ans:** un bachelier général en communication et un master pour se spécialiser dans de nombreux domaines: journalisme, communication politique et lobbying, communication corporate, relations publiques, animation socioculturelle...
- **Le bachelier en communication en Haute Ecole qui dure 3 ans** et plonge directement l'étudiant dans la pratique : ateliers et nombreux stages (et cela dès la première année).
- **La Haute Ecole de communication – IHECS- de niveau universitaire qui propose une formation de 5 ans** (3 ans de bachelier et 2 ans de master), et qui allie les points forts des deux types d'études: stages, ateliers, et bagage théorique assez solide -mais qui insère cependant moins vite les étudiants dans la vie professionnelle que la Haute Ecole en 3 ans. Ici, les stages n'ont lieu qu'à partir de la troisième année.

Diplômes délivrés :

Bachelier /Master

Durée des études :

Bachelier : 3 ans

Master : + 2 ans (5ans)

Procédure d'inscription :

■ **Demander l'équivalence** du diplôme de fin d'études secondaires classiques/générales/diplôme de technicien (avec modules complémentaires) pour le **15 juillet au plus tard**. (www.equivalences.cfwb.be)

■ **La date limite d'inscription**

A l'Université : 30 septembre

(préinscription en ligne jusqu'au 31 août)

En Haute Ecole : 30 octobre

Institutions qui proposent des formations dans ce secteur

Dans les Hautes Ecoles :

Filière : Communication (Bachelier)

Haute Ecole ICHEC – ECAM - ISFSC

www.isfsc.be

Haute Ecole Louvain en Hainaut

www.helha.be

Haute Ecole Provinciale de Hainaut
Condorcet

www.condorcet.be

Haute Ecole de la Province de Liège

www.epl.be

Filière : Communication appliquée

(Bachelier)

Haute Ecole Galilée

www.ihecs.be

Filière : Ecriture multimédia (Bachelier)

Haute Ecole de la Province de Liège

www.hepl.be

Haute Ecole Provinciale de Hainaut

www.condorcet.be

Haute Ecole Groupe ICHEC-ECAM-
ISFSC

www.isfsc.be

et à l'Université :

Filière : Information et Communication

(Bachelier)

Université de Liège

www.uliege.be

Université catholique de Louvain

www.uclouvain.be

Filière : Journalisme

Université de Liège

www.uliege.be

Université catholique de Louvain

www.uclouvain.be

Université libre de Bruxelles

www.ulb.be

Pour quels métiers :

- **Les agences de communication événementielle:**
Conception, assistant chef de projet, filed manager, etc.
- **Le digital:**
Community manager, chef de projet web, digital planner, responsable éditorial web, etc.
- **Les institutions publiques et les ONG:**
Attaché de presse, responsable de la communication, porte-parole, responsable de l'éducation permanente, chargé de projets, etc.
- **Les agences de publicité:**
Copywriter, account, mediaplanner, planner stratégique, etc.
- **Les entreprises:**
Chargé de communication interne et externe, conseiller en relations presse, journaliste d'entreprise, chargé des relations publiques, etc.
- **Le domaine culturel :**
Attaché de presse, assistant de production, porte-parole, animateur, organisateur, etc.
- **La politique:**
Chargé de communication, attaché de presse, chargé de relations publiques,

Où faire son Master ?

*En Haute Ecole
(parfois en collaboration avec
certaines universités)*

*Filière***COMMUNICATION APPLIQUÉE**

Publicité et communication commerciale (60 ECTS):

Haute Ecole Galilée

www.galilee.be

Animation socioculturelle et éducation permanente (60 ECTS):

Haute Ecole Galilée

www.galilee.be

Filière : Communication appliquée spécialisée

Relations publiques:

Haute Ecole Galilée (en codiplômation avec UCLouvain)

www.galilee.be

Education aux médias:

Haute Ecole Galilée (en codiplômation avec ULB)

www.ihecs.be

Filière : Communication et journalisme

Management d'événements :

Haute Ecole Galilée/ ULB

www.galilee.be / www.ulb.be

Presse et information (60 ECTS) :
Haute Ecole Galilée (en codiplomation avec UCLouvain):

www.galilee.be

A l'Université

Information et communication (60 ECTS):

Université de Liège

www.uliege.be

Université catholique de Louvain

www.uclouvain.be

Journalisme

Université de Liège

www.uliege.be

Université catholique de Louvain

www.uclouvain.be

Université libre de Bruxelles

www.ulb.be

Sciences et technologies de l'information et de la communication

Université catholique de Louvain

www.uclouvain.be

Vers quels secteurs/métiers :

- **Dans le secteur privé :**
agences-conseil en communication des secteurs audiovisuel ou culturel, agences de publicité, organes de presse, entreprise, agences d'intérim
- **Dans le secteur public :**
entreprises publiques, institutions culturelles etc...
- **Dans le secteur commercial :**
banques, assurances

Sites internet utiles :

www.mesetudes.be

www.enseignement.be

www.siep.be

FRANCE

De Bac+2 à Bac+5, formations courtes ou longues, à l'université ou en école... les cursus en communication sont nombreux mais ne mènent pas tous aux mêmes métiers ni aux mêmes niveaux de qualification.

Filière :

COMMUNICATION

Diplôme :

BTS – Brevet de Technicien Supérieur

Filière :

Communication

Durée :

2 ans après le Bac

Lieu :

établissements sur toute la France

Admission :

sélection sur dossier, lettre de motivation, tests...

Inscription :

via la plateforme

www.parcoursup.fr

de mi-janvier à mi-mars

(possibilité d'une phase complémentaire de fin juin à début septembre)

Programme :

culture de la communication, économie, droit, management des entreprises, langues, conseil et relation annonceur, veille opérationnelle, projet de communication, atelier production, atelier relations commerciales, stage

Vers quels métiers ?

Les BTS forment des généralistes de la communication qui participent à la conception, à la mise en œuvre, au suivi et à la gestion de la relation avec l'annonceur. On peut prétendre avec ce BTS en poche à un poste d'assistant chez un annonceur ou à des fonctions polyvalentes en agence de communication, en régie publicitaire, ou auprès d'un média (télévision, radio, presse écrite).

Diplôme : **DUT**

2 filières :

1. **Information – Communication**

5 options :

- **Option CO**
(communication des organisations)
- **Option journalisme**
- **Option NO**
(information numérique dans les organisations)
- **Option publicité**
- **Option MLP**
(métiers du livre et du patrimoine)

2. **Métiers du multimédia et de l'internet (MMI)**

Forme aux outils de conception, de développement et d'animation de contenus interactifs (site web, application, etc.)

Durée:

2 ans après le Bac

Lieu :

dans 5 établissements sur toute la France

Programme :

Expression écrite et orale, communication des organisations, économie, droit, édition, techniques de gestion, marketing, stratégie de communication, communication événementielle, de crise financière, interculturelle, numérique, projet, langues vivantes, stage.

Inscription :

via la plateforme

www.parcoursup.fr

de mi-janvier à mi-mars

(possibilité d'une phase complémentaire de fin juin à début septembre)

Vers quels métiers ?

Assistant de communication, interne ou externe, chargé de relations publiques, responsable de dossiers, clients en agence de communication etc.

Diplôme :**Licence****Filière :****Licence information – Communication****Durée :**

3 ans

Lieu :

dans 43 établissements répartis sur toute la France

Inscription :

via la plateforme

www.parcoursup.fr**de mi-janvier à mi-mars**

(possibilité d'une phase complémentaire de fin juin à début septembre)

Poursuite d'études :

après une Licence validée, poursuite en Master (2 ans) en

- **Ecoles de journalisme**
- **Ecole de communication**
- **En IEP (Institut d'études politiques)**

Filière :**Licences professionnelles en****Communication** permettent d'acquérir une spécialisation ou une double compétence.**Lieu :**

en IUT (Institut universitaire de technologie) ou dans les UFR des universités ou encore dans certains lycées

Durée :

1 an après un Bac + 2

Conditions d'admission :

→ Bac + 2 - BTS, DUT ou L2

→ Accès sur dossier et entretien

Dates d'inscription :**Entre février-mars et mai****Vers quels métiers ?**

chargés de communication, d'assistants chef de projet communication ou événementiel dans les services de communication d'entreprises privées, des collectivités, des associations ou des agences.

Diplôme :

Master (à choisir selon votre projet professionnel)

QUELQUES EXEMPLES :

- **Master Communication des organisations**
(postes de chargé de communication en entreprise)
- **Master Communication et ressources humaines**
(responsable de la communication interne, chef de projet)
- **Master marketing et/ou publicité**
(responsable marketing et communication, média planner...)
- **Master communication multimédia**
(responsable Web, chef de projet multimédia, community manager...)
- **Master communication publique et politique**
- **Master communication internationale**
(postes dans les ONG, ambassades ou multinationales)

Ecoles de communication /Ecoles spécialisées

Les Ecoles de communication sont nombreuses. La durée des études et les conditions d'accès varient d'un établissement à l'autre.

Est reconnue

- **Le CELSA :**
(rattachée à Sorbonne University et par conséquent reconnue) est la référence en matière de formation à la communication

Ne sont pas reconnues

- **EFAP, Bordeaux Ecole des nouveaux métiers de la communication**
délivre un diplôme de Bac + 5 de directeur de communication
→ Accès : en 3^{ème} année de Licence (L3)
- **ISCOM Institut supérieur de communication et de publicité**
- **ISCPA Institut supérieur des médias, Lyon**
- **ICP PARIS Institut catholique de Paris**
- **ISTC Institut des stratégies et techniques de communication**
- **Sup de Com....**
(sauf les formations BTS qui elles sont reconnues)

ATTENTION:

si ces écoles ne sont pas toutes reconnues elles ne vous donnent pas droit à une aide financière de l'Etat. Vérifiez avant de vous inscrire auprès du Cedies :

etudes@mesr.etat.lu

Grandes Ecoles

■ Ecoles supérieures de commerce

Ces écoles ont introduit une spécialisation en communication souvent couplée avec du marketing dans leur cursus

■ IEP (Instituts d'études politiques)

Sont appréciés pour leur culture générale

Pour quels métiers ?

Attaché de presse, chargé de communication, chargé de projets événementiel, chargé de relations publiques, community manager, consultant, directeur de la communication...

Filière :

JOURNALISME

Diplôme :

DUT – Diplôme Universitaire de Technologie

Filière :

DUT information – communication option journalisme

Durée :

Bac + 2

Inscription :

via la plateforme

www.parcoursup.fr

de mi-janvier à mi-mars

(possibilité d'une phase complémentaire de fin juin à début septembre)

Programme :

stratégie de communication, communication événementielle, marketing, économie, générale, langues vivantes ...

Licence :

Information -Communication (Infocom) avec différents parcours dédiés au journalisme :

- Licence Infocom ,
- histoire,
- lettres ou langues

Durée :

Bac + 3

Diplôme :

Licences professionnelles

Licence professionnelle avec différents parcours :

- Journalisme audiovisuel (Cannes)
- Journalisme (Lannion)
- Journalisme de proximité en environnement numérique (Clermont Auvergne)
- Rédacteur d'images et de sons (Valenciennes)
- Journalisme du sport et ou multimédia (Lille)

Accès :

dossier et entretien

Poursuite d'études :

→ suivre un Master à l'université ou intégrer une école de journalisme

Ecoles spécialisées- écoles de journalisme

Sont reconnues

- **CUEJ :**
Centre universitaire d'enseignement de journalisme à Strasbourg Université de Strasbourg
- **EJDG :**
Ecole de journalisme de Grenoble Université Grenoble Alpes
- **EJCAM :**
Ecole de journalisme et de communication d'Aix-Marseille,

Aix-Marseille Université

- **EJT :**
Ecole de journalisme de Toulouse
- **CELSA :**
Ecole des hautes études en sciences de l'information et de communication à Neuilly-sur-Seine reconnu CFJ
- **IFP Institut français de presse à Paris**

Ne sont pas reconnues

- **EPJT :**
Ecole publique de journalisme de Tours
- **ESJ :**
Ecole supérieure de journalisme à Lille
- **LJBA :**
Institut de journalisme de Bordeaux Aquitaine
→ Accès : elles recrutent normalement à bac + 3 et sur concours

ATTENTION:

si ces écoles ne sont pas toutes reconnues elles ne vous donnent pas droit à une aide financière de l'Etat. Vérifiez avant de vous inscrire auprès du Cedies :

etudes@mesr.etat.lu

Pour quels métiers ?

Journaliste, Journaliste web, JRI (journaliste reporter d'images), Photojournaliste, Rédacteur, Reporter, Secrétaire de rédaction....

Sites internet utiles :

www.onisep.fr

www.campusfrance.org

www.letudiant.fr

www.parcoursup.fr

Brochure Onisep « Les Métiers de l'Information et de la Communication », Collection Parcours »

www.onisep.fr/lalibrairie

THE NETHERLANDS

Communication sciences see the human behaviour from a scientific point of view and focus on nonverbal/verbal and intercultural communication, as well as rhetorical studies. This field of study influences, on one hand, the interpretation of received information and, on the other hand, controls the way a message is being sent.

Degrees awarded/length of studies:

■ **Bachelor:** 3 years

■ **Master:** 2 years

Programme:

During a Bachelor's degree in communication sciences, students learn how to explain communication issues and put their knowledge into practice through experimental design, surveys, focus groups, conversation analysis and interviews. Research is an important aspect of this study and is mostly visible when students enrol in a Master's degree in communication sciences.

Communications sciences are interconnected to psychology, sociology,

political sciences and other fields that target human behaviour and its evolution. The practical side is centred around mass media technologies. Graduates can find high paid jobs in public relations, online media, journalism and other publishing institutions, as well as in the advertising industry.

Entry requirements:

■ Secondary school leaving diploma or equivalent

→ = diplôme de fin d'études secondaires classiques/générales
Some universities only accept the "diplôme de fin d'études secondaires classiques"

■ Students must usually give evidence of their knowledge of English

→ IELTS Test : www.insl.lu

→ TOEFL Test : www.keyjob.lu

■ For some programs, only a limited number of places is available

→ "numerus fixus" Be careful: the enrollment date will be the

15th January

→ Universities can ask for a motivation letter and submit their candidates to an entrance test

Application procedures:

vary depending on which institution you choose

→ Usually, the deadline is the end of april

Registration:

For most programs you need to register yourself on www.studielink.nl

List of institutions:

Subject:

COMMUNICATION

- **Communication (B)**
HAN University of Applied Sciences, Arnhem
www.han.nl
- **Communication Science (B)**
University of Twente
www.utwente.nl
- **Communication – International Communication Management (B)**
Fontys University of Applied Sciences
<https://fontys.nl>
- **Communication Science (B)**
Vrije Universiteit Amsterdam
www.vu.nl
- **International Communication (B)**
Hanze University of Applied

Sciences, Groningen

www.hanze.nl/nld

Subject:

MEDIA

- **Media and Information (B)**
University of Amsterdam
www.uva.nl
- **Media and Culture (B)**
Utrecht University
www.uu.nl
University of Amsterdam
www.uva.nl
- **Media Studies (B)**
University of Groningen
www.rug.nl
- **Creative Media and Game Technologies (B)**
Breda University of Applied Sciences
www.buas.nl
Saxion University of Applied Sciences
www.saxion.edu
- **Arts, Media and Society (B)**
Leiden University
www.universiteitleiden.nl
- **Arts, Culture and Media (B)**
University of Groningen
www.rug.nl
- **International Bachelor Communication and Media (B)**

Erasmus University Rotterdam

www.eur.nl

Subject:

JOURNALISM

- **Journalism (M)**
University of Groningen
www.rug.nl
- **Journalism, Media and Globalisation (M)**
University of Amsterdam
www.uva.nl

Useful websites :

www.studfinder.nl

www.studyinholland.com

UNITED KINGDOM

Subject :
MEDIA STUDIES

Media studies will equip you with the communication and technology skills needed to succeed in the modern workplace, whether in the media industry or not. Whether you choose to pursue a career in film and television, fight for your own fame, or take your skills into business – you'll be well equipped for what the modern workplace is looking for.

Universities and colleges in the UK are offering courses in the following subject areas:

- Information services
- Publicity studies
- Media studies
- Publishing

Many universities offer combined courses, with subjects such as English, history, business and law being popular additions.

Subject:
JOURNALISM

Journalism is part of our everyday lives. From television and radio, to newspapers and magazines, to websites and social media. News and journalism are the tools in which people learn about current affairs all over the world, and journalists can influence the general public in a way that few other professions can.

Whether it's in sports stadiums or war zones, journalists are creative and intelligent observers who dedicate themselves to the art of storytelling.

- Broadcast journalism
- International Journalism
- Media Journalism
- Sport journalism
- Photo journalism

Diploma awarded :

Bachelor/Master

Length of studies :

Bachelor - undergraduate studies :

3 years

Master - postgraduate studies :

1 - 2 additional years

Entry requirements :

- **Secondary school leaving diploma**
 - diplôme de fin d'études secondaires classiques/générales
- **Personal statement**
- **English language test**

Application procedure :

- Register on www.ucas.com

Deadlines :

15 October – any course at the universities of Oxford and Cambridge

15 January – for the majority of courses

Some course providers require additional admissions tests to be taken alongside the UCAS application, and these may have a deadline. Find out more about these tests.

While the 15 October deadline is usually inflexible, don't worry if you miss the January deadline.

Many universities and colleges will continue to accept applications from international students until later in the year, nearer the beginning of the course.

Advice: Don't leave it too late though, because if you do get a place, you'll still need to arrange your accommodation.

Further information :

www.ucas.com

SCHWEIZ – SUISSE

Schweiz

Fachbereich:

KOMMUNIKATION / MEDIEN/JOURNALISMUS

Kommunikationswissenschaften

Diese Fachrichtung befasst sich mit den Grundlagen und den Voraussetzungen menschlicher Kommunikation, wie sie schriftlich oder mündlich, meist durch die modernen Massenmedien vermittelt, stattfindet. Dabei spielt auch die psychologische Dimension eine wichtige Rolle. Studierende benötigen ausgeprägtes Interesse an Kommunikationsprozessen und deren aktiver Gestaltung.

Journalismus

Hier erlernen die Studierenden das Handwerkszeug zum erfolgreichen Umgang mit Öffentlichkeit, etwa in Zeitungen, aber auch in Onlinemedien und in Public Relations. Auf wissenschaftlicher Grundlage befassen sie sich mit dem Verfassen von Texten und dem Gestalten von Nachrichten in sehr unterschiedlichen Feldern wie z.B. Sport, Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft oder Politik. Sie lernen dabei auch die professionelle Recherche. Gut geeignet für Studierende mit hoher Sprach-Affinität und großer Neugierde.

Medienwissenschaften beschreiben und erklären auf wissenschaftlicher Grundlage die Theorie und die Praxis von Medien. Dazu gehören ihre Geschichte, ihre Rolle in der Gesellschaft und ihre kulturelle Bedeutung. Erforscht werden die unterschiedlichen Arten von Medien, ihre Akteure sowie die Herstellungsbedingungen ihrer Produkte. Ideal für Studierende mit großem Interesse an Medien und ihren Organisationsformen.

Studienabschluss:

Bachelor/Master

Studiendauer:

Bachelor: 3 Jahre / 6 Semester

Master: 2 zusätzliche Jahre / 4 Semester

Studiengänge:**Universität Luzern**

www.unilu.ch

- Gesellschafts- und Kommunikationswissenschaften (B)

Universität Freiburg

www.unifr.ch

- Medien und Kommunikationswissenschaft (B + M)

Universität Zürich

www.uzh.ch

- Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (B/M)

Universität Basel

www.unibas.ch

- Sprache und Kommunikation (M)

Hochschule für Wirtschaft Zürich / Zürcher Fachhochschule

<https://fh-hwz.ch/>

- Business Communication (B)
- Kommunikation (B)

ZHAW Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Winterthur

www.zhaw.ch

- Kommunikation (B)

Suisse

Durée :

Bachelor: 3 ans / 6 semestres

Master: 2 ans/ 4 semestres supplémentaires

Filière:**MÉDIAS – COMMUNICATION****Université de Genève**

www.unige.ch

- Médias et communication digitale (M)

Filière:**JOURNALISME****Université de Neuchâtel**

www.unine.ch

- orientation journalisme (M)

Zugangsvoraussetzungen / conditions d'admission :

Klassisches Abitur (ausgenommen die Sprachensektion A) - Diplôme de fin d'études secondaires classiques, (Section A - langues vivantes- non acceptée)

Einschreibung/Inscription :

Anmeldefrist für das Herbstsemester/ inscription pour le semestre d'hiver :

30. April-30 avril

- Zu Beginn des Semesters müssen sich ausländische Studierende persönlich an der Hochschule einschreiben (immatriculieren) - en début de chaque semestre, l'étudiant doit s'inscrire personnellement auprès de l'institution (s'immatriculer).
- Bei Studiengängen mit spezifischen Zulassungsbedingungen erfolgt die Frist meist früher- pour les filières à conditions spécifiques, l'inscription se fait en règle générale plus tôt.

Berufsaussichten/Métiers :

- Journalismus - journalisme
- Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit in Wirtschaftsunternehmen - relations publiques dans le secteur économique
- Verbände, Organisationen, Parteien, Behörden und Interessensvertretungen, associations, organisations, parties politiques, administrations
- Werbeagenturen, Markt-, Medien- und Meinungsforschungsinstituten - agences de publicités, instituts de sondage...

Hilfreiche Webseiten/Sites utiles

www.swissuniversities.ch

www.orientation.ch

www.studyprogrammes.ch

LES METIERS

→ Source sur www.onisep.fr

Comme les métiers sont extrêmement nombreux dans le secteur de la communication et de l'information, nous avons préféré les classer en 4 grandes familles avec un mot-clé à la tête de chaque catégorie vous permettant de mieux vous retrouver d'après vos goûts, qualités et intérêts.

Les métiers en 4 familles :

1) COMMUNIQUER

Valoriser une marque, développer une identité ou un projet d'entreprise. Qu'ils travaillent pour un client, ou qu'ils s'adressent à des salariés ou à des citoyens, ces professionnels maîtrisent l'art de faire passer un message en élaborant une stratégie de communication.

Les métiers

■ Chargé de communication interne

Sa mission : promouvoir l'image de l'entreprise et accroître sa visibilité auprès des publics « externes » : clients, partenaires d'affaires, fournisseurs... En respectant le plan de communication élaboré par la direction de la communication, il conçoit des supports (brochure, rapport annuel, site Web), organise un séminaire ou une soirée de lancement.

- **Chargé de communication externe *Son public* ?** Les salariés d'une entreprise qu'il doit informer sur l'ensemble des décisions qui vont les concerner : orientation stratégique, nouveaux outils de travail, déménagement... Rattaché à la Direction de la communication ce poste à vocation à fédérer les salariés, à encourager une culture d'entreprise et à susciter l'adhésion aux décisions prises. Intranet, newsletter, événements, groupes de travail... diverses actions permettent de faire circuler l'information.
 - **Community manager**
Il crée et anime sur le Web des communautés d'internautes autour d'une entreprise, d'une marque ou d'une institution. Son Objectif : donner d'elle une image dynamique, et positive, accroître sa notoriété, soigner sa e-réputation tout en continuant à conquérir et à fidéliser des visiteurs ou « abonnés ».
 - **Concepteur – rédacteur**
Trouver une accroche simple, et percutant, tel est le but de ce professionnel de la communication. Pour y parvenir, il faut bien connaître la cible visée par la campagne d'information. Spécialiste du texte, il œuvre en tandem avec le directeur artistique, qui prend en charge l'aspect visuel.
 - **Chef de projet en communication**
Interface entre les clients et les équipes chargés de réaliser le travail en agence, il occupe une place centrale dans l'élaboration d'une campagne de communication. Interlocuteur privilégié de l'annonceur, le chef de projet identifie et précise sa demande. Une fois l'idée et le budget acceptés, il lui faut transmettre les informations aux créatifs (directeur de communication) avant d'assurer la coordination, le suivi et l'exécution du projet. Ses contraintes ? Le budget et les délais à respecter.
-

■ **Consultant en communication**

Comment créer et optimiser une campagne de communication pour un client ? C'est la mission de l'expert en stratégies de communication. Qu'il s'agisse du lancement d'un produit ou d'un projet. Il analyse le dossier (valeurs positionnement sur le marché etc..) et définit les actions de communication à mettre en œuvre (campagnes sur internet, plan média, etc.).

2) INFORMER

Sujets d'actualité, ou travail d'investigation, ces professionnels de la presse écrite, de la radio, de la télévision ou du web se mobilisent chaque jour pour nous informer. Leurs points communs : curiosité et ouverture d'esprit. Les métiers dans ce secteur.

Les métiers

■ **Archiviste**

Son rôle: collecter, classer, restaurer ou transmettre sur demande tous types de documents (manuscrit ancien, acte de vente d'une maison, bilan fiscal d'une entreprise, etc.).

Pour cela il ou elle utilise des supports (répertoires numériques, bases de données informatisées qui lui permettent de gagner du temps et de l'espace.

■ **Correspondant à l'étranger**

Irak, Espagne, Etats-Unis, Afrique du Sud... ce journaliste est amené à travailler dans le monde entier, le plus souvent dans des endroits stratégiques, où l'actualité est importante. Depuis l'étranger, il propose des sujets aux différents médias (radio, télévision, presse écrite) en fonction des événements du pays de base.

■ **Data journaliste**

La spécificité du data journaliste? Il n'écrit pas d'article, mais fait parler les données chiffrées pour proposer une visualisation de l'information et apporter un nouvel échange sur un événement. Pour cela, il collecte, classe et analyse des milliers de pages chiffrées. L'information qui en ressort est mise en scène, (courbes, tableaux, histogrammes, cartes, illustrations...) afin de la rendre accessible au lecteur.

■ **Dessinateur de presse**

Ce professionnel est à la fois artiste et journaliste. Dans les journaux satiriques comme dans les grands quotidiens nationaux, il manie le crayon pour illustrer avec humour ou cynisme une situation ou un événement qui fait l'actualité (politique, religion, conflits...)

■ **Journaliste de presse écrite**

Quotidiens nationaux, hebdomadaires, magazines spécialisés (sport, mode...) autant de supports pour lesquels ce journaliste aiguise sa plume. Le travail commence par sa collecte d'informations, il fait se documenter, réaliser des interviews... Pour rédiger son article, il tient compte de la ligne éditoriale de son journal et adopte un style d'écriture adapté au lectorat.

■ **Journaliste reporter d'images**

Caméra à la main, ou à l'épaule, ce journaliste tourne des sujets d'actualité. Il mène des interviews et capte les images. Le montage et l'enregistrement d'un commentaire peuvent faire partie de ses missions.

■ Journaliste télé ou radio

Comme tout journaliste, le journaliste télé ou radio recherche l'information, la sélectionne, la vérifie, la recoupe et la met en forme. Comme eux, il doit veiller à ne pas déformer les propos ou les informations qu'il transmet.

■ Journaliste web

Recueillir les informations et les rendre accessibles au public sur le Net, tel est le rôle de ce journaliste. Techniques d'enquête classiques (Twitter, Facebook...) lui permettent de vérifier les données récoltées. Il exploite également les potentialités multimédias du Web pour compléter ses articles (son, image fixe et animée, vidéo...) et les mettre à jour en temps réel.

■ Knowledge Manager

Chargé du management des connaissances d'une entreprise, ce professionnel doit rationaliser la production, la diffusion et l'archivage de documents de travail. Il enquête auprès de diverses sources de l'entreprise (collaborateurs, clients...) sollicite et favorise les retours d'expérience, notamment en organisant des entretiens avec les salariés ou en créant des forums de discussion.

■ Photoreporter

Pour témoigner de son temps, le photographe immortalise en images tous types d'évènements. Légers ou graves. Il fournit ses photos aux rédactions afin d'illustrer l'actualité. Pris sur le vif, ces clichés fixent un précis de l'Histoire.

■ Rédacteur en chef

Son rôle : Donner un ton à un média ! Presse, radio, télévision, site Web, tous les médias ont besoin d'un responsable éditorial. A la tête d'une rédaction, il définit les sujets à traiter, les angles, leur traitement, encadre le travail des journalistes, relit et /ou visionne les contenus avant leur publication.

3) METTRE EN FORME

Sur le papier ou à l'écran, pour qu'un article attire le public, il faut qu'il soit bien composé et richement illustré. Professionnels de la mise en pages, du graphisme ou de la rédaction, ils s'appuient sur leur savoir-faire pour organiser les contenus (textes et images) et faciliter l'accès au message.

Les métiers :

■ Directeur artistique

L'identité visuelle est sa spécialité. Pour une plaquette de communication, une affiche ou un site Web, Le Directeur artistique conçoit la mise en forme. Son objectif : faire passer visuellement son message.

■ Graphiste

Logos d'entreprises, maquettes de journaux, affiches de festival, plaquettes institutionnelles, sites internet... Autant de réalisations prises en charge par le graphiste. Esthétiques et percutantes, elles sont la traduction visuelle d'un message.

■ Iconographe

Afin de répondre aux demandes de la rédaction ne chef, il recherche et sélectionne les visuels destinés à illustrer le texte d'un article (papier ou Web) en négociant les coûts lorsque cela est nécessaire. En tout cas l'origine des images doit être spécifiée et le nom des auteurs mentionné (crédits photo).

■ Illustrateur

Grâce son coup de crayon, il donne sa version en images d'un article de presse, d'une publicité ou encore d'un site Web. Le but : attirer le regard tout en véhiculant un message.

■ Maquettiste

Ce spécialiste de la mise en pages sait attirer l'œil : choix des couleurs, grosseur des titres et des textes etc...En composant des pages harmonieuses, il facilite la lecture de l'article. Pour y parvenir, il s'appuie sur un modèle (La charte graphique) conçu par le graphiste.

■ UX Designer

Fluidifier la navigation de l'internaute pour qu'il accède de façon intuitive à la page recherchée, faciliter son appropriation des contenus. Via un écran de téléphone mobile, une tablette ou un objet connecté : c'est la préoccupation de l'UX Designer.

■ Webdesigner

Sites Web, portraits, applications mobiles... derrière l'écran consulté par l'internaute se cache le savoir-faire du webdesigner. Son rôle ? Traduire les besoins du client par des choix graphiques pertinents (couleurs, outils de navigation, typographie...) en prenant en considération les spécificités du Web (ergonomie, accessibilité aux informations).

4) PROMOUVOIR

Valoriser l'image d'une entreprise, mettre en lumière les actions organisation, promouvoir un produit, faire parler d'un événement : autant de missions menées par ces professionnels de la stratégie de marque, des relations publiques ou de la communication digitale.

Les métiers :

■ Attaché de presse

Faire en sorte que les médias parlent de l'entreprise, de la marque ou de l'institution qu'il représente, telle est sa mission. Cela recouvre diverses activités : rédaction de communiqués à l'attention des médias, préparation des invitations presse, relance des journalistes, réponses aux demandes d'information, organisation des interviews, déplacement sur le terrain avec les journalistes etc....

- **Chargé des relations publiques/ Consultant en relations publiques**
Le chargé des relations publiques (RP) cherche à promouvoir l'image d'une entreprise ou d'une marque auprès d'interlocuteurs variés. Affichage, publicité radio, télé ou Internet, séminaires, salons, dossiers de presse... sont ses outils.
 - **Responsable communication**
Sa mission : valoriser l'image d'une entreprise, d'une marque, d'une institution. Ce professionnel élabore la stratégie de communication visant à promouvoir les produits et/ou actions de la structure qui l'emploie. Il supervise les outils et contenus élaborés par les équipes (plaquettes, communiqués, dossier de presse...).
 - **Chef de projet événementiel**
De la créativité, de la rigueur et de la réactivité, telle est sa recette pour élaborer d'A à Z une manifestation, un salon ou un séminaire tout en respectant le cahier des charges du client. Il s'occupe des démarches administratives (autorisations, budget, planning) de la logistique (matériel, transport) et des relations avec les différents participants.
 - **Consultant web analytique**
Il doit avoir en permanence l'œil sur les utilisateurs et la fréquentation du site Web à analyser. Nombre de visites par rubrique ou par page, taux de clics, pages les plus visitées, durée de la consultation, ... l'analyse de trafic interprète et synthétise ces données pour évaluer l'utilisation du site par les internautes.
-

SOURCES D'INFORMATIONS

Luxembourg

www.uni.lu

www.lcd.lu

www.cedies.lu

Allemagne

www.studienwahl.de

www.hochschulkompass.de

www.daad.de

Autriche

www.studienwahl.at

www.studiversum.at

Belgique

www.mesetudes.be

www.enseignement.be

France

www.onisep.fr

www.campusfrance.org

www.parcoursup.fr

www.letudiant.fr

Pays-Bas

www.studyfinder.nl

www.studyinholland.nl

www.studielink.nl

Royaume-Uni

www.ucas.com

<https://study-uk.britishcouncil.org>

Suisse

www.swissuniversities.ch

www.orientation.ch



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Enseignement supérieur
et de la Recherche

cedies

Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche - CEDIES

18-20, montée de la Pétrusse

L-2327 Luxembourg

Tél.: 247-88650

Fax: 26 19 01 04

e-mail: etudes@mesr.etat.lu • aide-fi@mesr.etat.lu

www.cedies.lu



Edition 2020/2021