
Au terme de la formation l'étudiante ou l'étudiant sera capable de:

Connaissances et compréhension:

- Définir scientifiquement la 3CIG, au-delà des stéréotypes et des divisions simplistes
- Situer le champ d'intervention de la CIG, notamment par rapport à la communication instrumentale
- Décrire les mécaniques (politiques, économiques, juridiques, sociaux) et évolutions à l'œuvre dans l'espace public contemporain en y situant la CIG, et en produisant une argumentation scientifiquement documentée
- Identifier les outils théoriques et pratiques pertinents pour proposer un projet en CIG (plus-value, diffusion, viabilité)

Application des connaissances et de la compréhension:

- Développer une expertise en CIG, en se référant aux *Media et Communication Studies* et en utilisant le raisonnement méthodique
- Utiliser les nouveaux outils (modes d'écriture, technologies, applications, consortiums, ...) disponibles dans le champ professionnel de la CIG au fur et à mesure de leur apparition
- Développer une approche critique et argumentée des outils de la CIG et de leurs usages
- Adapter les objectifs et la conception de contenus CIG innovants en fonction des opportunités et limites des plateformes numériques
- Utiliser des outils disponibles dans le champ professionnel au service de contenus et communications conformes aux diverses missions et valeurs de la CIG, mais aussi attractifs, originaux et innovants
- Concevoir une stratégie de CIG cohérente et adaptée aux objectifs fixés, aux publics et aux enjeux du mandataire
- Concevoir une stratégie de CIG inclusive et engageante pour les publics à travers des démarches participatives et délibératives (co-construction)
- Identifier les tendances en matière de techniques de 3CIG, notamment en termes de narrations et de formats

Capacité de former des jugements:

- Comparer le champ de la CIG suisse avec d'autres champs professionnels contemporains
- Évaluer les limites et la plus-value de cas pratiques (productions propres ou extérieures) en CIG en formulant d'éventuelles propositions d'amélioration
- Justifier des stratégies de communication basées sur les besoins économiques, l'état de l'espace public, les missions spécifiques et les plus-values de contenu en CIG
- Mesurer les implications juridiques et éthiques des pratiques en CIG

Savoir-faire en termes de communication:

- Concevoir des contenus innovants et transmédia (écrit, son, vidéo, numérique) pour traiter un sujet en CIG
- Défendre le rôle et le positionnement du communicant en CIG dans le débat public
- Convaincre son public de la pertinence et de la valeur d'un projet scientifique en *Media et Communication Studies* aussi bien que d'un projet de CIG

Capacités d'apprentissage en autonomie :

- Expérimenter les pratiques à l'œuvre dans la profession en mobilisant les enseignements de manière réflexive

-
- Participer aux mutations du champ professionnel en CIG en matière de contenus, de régulations, ou de valorisation
-
- Développer un savoir-être adéquat à toute situation de communication (présentation de soi, discipline émotionnelle, analyse du contexte, compétences sociales, travail en équipe, etc.) en s'appuyant sur les connaissances acquises au fil du cursus
-