

Codage de spécialité : **E.M.F10.S01.20**

Codage des fonctions disponibles :

G 1608, H 1102, J 1101, J 1103, J 1105, J 1107, L 1701, L 1704, N 1101, N 1103, P 1203

Fiche d'identité de la spécialité: **Communication et relations publiques**

Niveau : Master.

Domaine: Sciences humaines et sociales.

Filière : Sciences de l'information et de la communication et bibliothéconomie.

Spécialité: Communication et relations publiques.

1- Localisation de la formation:

Faculté: sciences humaines et sociales.

Département : Département : Sciences de l'information et de la communication et bibliothéconomie.

Références de l'arrêté d'habilitation du diplôme à préparer : Arrêté N° 002 du 03/01/2021.

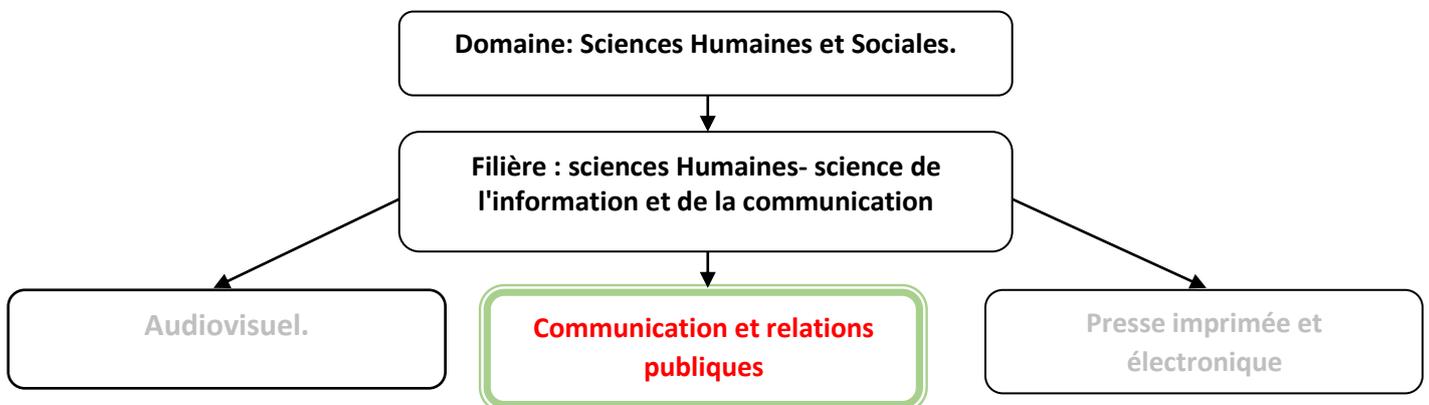
2- Partenaires extérieurs :

Partenaires d'autres institutions universitaires : Université de Constantine 3, Université de Sétif, Université de Biskra.

Autres institutions et partenaires sociaux et économiques : Radio Batna, Centre régional de la télévision algérienne Batna, institutions médiatiques de toutes sortes, écrites, sonores et visuelles, publiques et privées.

Partenaires internationaux étrangers : /

3- Organisation générale de la formation: position du projet



4- Contexte de la formation:

La formation comprend un ensemble de connaissances et d'acquisitions qui permettent à l'étudiant de se familiariser avec les différents axes majeurs de la spécialité tels que la communication institutionnelle, les tâches du responsable des relations publiques, la préparation et la production de matériel de relations publiques et la gestion de l'image et de la réputation de l'institution.

5- Objectifs de la formation:

La formation en communication et relations publiques vise à former des spécialistes avec des connaissances théoriques et pratiques plus approfondies de sorte que l'étudiant reçoit un ensemble de connaissances intégrées dans tous les domaines sociaux, économiques, politiques et culturels, sciences de gestion, communication et publicité, afin que l'étudiant acquière un potentiel élevé dans le traitement du public, interne et externe de l'institution, et peut également Traiter avec des étrangers de différentes nationalités, en raison des connaissances qu'il a acquises et de l'esprit de persuasion dont il jouit, en plus du fait que cette formation fait partie du programme de gestion de l'institution, qui est intégré à d'autres modèles de gestion au sein de l'institution, et qui vise finalement à augmenter les niveaux de contrôle et d'efficacité.

6- Profils et compétences visés:

Cette formation vise la formation de spécialistes qui ont des qualifications et qui soutiennent qualitativement l'activité de l'institution, par leur capacité à communiquer et à persuader, à s'adresser à l'opinion publique et aux médias et à s'adresser aux différents publics, afin de servir les objectifs de l'institution, de convaincre tous les partenaires de l'activité et des services de l'institution, d'améliorer son image dans l'opinion publique, d'éliminer toutes sortes d'ambiguïtés et de malentendus entre l'institution et son public interne et externe, et de travailler à construire des relations de coopération entre l'institution et son environnement local et mondial.

7- Potentialités locales régionales et nationales d'employabilité:

Les missions relatives aux relations publiques existent dans toutes les institutions, ou du moins en théorie, elles sont nécessaires pour toutes les institutions, quelle que soit la nature de leur activité, au niveau national ou régional, de sorte que l'emploi dans ce domaine est l'exigence de toutes les institutions.

