
BACHELOR

JOURNALISME

POST BAC

IFIC 
École de
journalisme
communication

BACHELOR

TITRE RNCP N°38950

NOM DU CERTIFICATEUR : ISCPA - IGS

DATE DE L'ENREGISTREMENT : 26/04/2024

Post BAC

 Formation en 3 ans

 Sur le campus de **Clermont - Ferrand**

Notre formation **RNCP n° 38950** inscrit au référentiel de l'État vous prépare au métier de journalisme. En 3 ans après le Bac, cette formation prépare les étudiants aux métiers du journalisme sous toutes ses formes : télévision, radio, presse écrite et en ligne. L'apprentissage repose sur une approche pratique des différents médias, répondant ainsi aux attentes du secteur. Le diplôme, reconnu par l'État, permet d'intégrer directement le marché du travail ou de poursuivre des études en Mastère.



EN INITIAL



STAGES POSSIBLES


Accès handicapé : Les locaux de l'IFIC ne sont pas équipés d'un ascenseur.

Organismes dédiés à l'emploi, la formation et l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap dans l'Allier et le Puy-de-Dôme

- Cap Emploi Allier / Cusset / Puy-de-Dôme
- MDPH 63
- Ressource Handicap Formation (RHF)
- Démarche H+ Formation

CONTACTS

 accueil@ific-formations.com

 04 73 756 914

 direction@ific-formations.com

INFORMATIONS CLÉS

Dossier à déposer 3 mois avant la rentrée, qui a lieu le 22 septembre 2025.

PRÉ-REQUIS

Avoir validé un niveau 4 et être capable a minima de contextualiser des faits et de comprendre son environnement politique, économique, social, culturel et maîtriser la langue française et l'écriture. Compréhension de la langue anglaise.

MODALITÉS D'ADMISSION

- **Étude du dossier** : CV, diplômes et bulletins sont examinés avec attention pour évaluer votre profil.
- **Évaluation** : Un test de culture en communication permet d'apprécier vos connaissances et votre sensibilité au domaine.
- **Rencontre avec un membre de la direction du CFA IFIC** : Un entretien d'échange pour mieux comprendre votre motivation et votre projet professionnel.

DURÉE

3 ans

VOLUME HORAIRE

430 heures du lundi au jeudi

TARIFS

- 1ère année : 4 150 €
- 2ème année : 4 450 €
- 3ème année : 4 750 €

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Présentations orales
- Productions écrites
- Entretien avec le jury

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Les mutations s'accroissent depuis 2020, avec une intensification de la digitalisation et de travail à distance, une conquête intensifiée du nouvel univers virtuel (Metavers, interopérabilité entre les plateformes...), un déploiement de chats et d'appels audio et vidéo et de messages cryptés vers les utilisateurs de la plateforme X, une surenchère d'informations contradictoires. Face à la multiplication des fake news et au manque de modération dans les échanges sur les réseaux sociaux, le journaliste a un rôle clé à jouer dans le décryptage, la vérification et l'analyse des informations avant leur transmission au lectorat/internautes.



Avec l'évolution des modes de consommation de l'information et la présence des médias sur les réseaux sociaux, le métier du journaliste est passé à un mode de production de contenus plus condensés, notamment de contenus plurimédia avec une information déclinable sur différents formats interactifs, adaptés à tous les canaux de diffusion.



L'avènement des podcasts, du web documentaire, l'expansion de contenus sur YouTube et l'intensification des publications sur le web invitent à scénariser davantage les contenus éditoriaux et à apporter un soin particulier à leur mise en forme. Si la mission principale du journaliste est de transmettre avec objectivité, des informations/des faits vérifiés et « retravaillés » présentant un intérêt pour le public, il doit s'adapter à l'évolution constante des médias digitaux et à une nouvelle logique d'écriture et de production plus rapide, plus dense en contenus plurimédia.



PROGRAMME DE LA FORMATION

CONDUIRE ET TRAITER UNE VEILLE INFORMATIONNELLE POUR DÉFINIR UN SUJET JOURNALISTIQUE

1. Constituer une base personnelle permanente et structurée de données informationnelles, en effectuant une revue de presse quotidienne, en utilisant les outils / plateformes de veille et agrégateurs de flux adaptés (Feedly, Google Alert, Netvibes...), ainsi que les logiciels d'automatisation de la collecte, en exploitant avec les précautions nécessaires les sources sur abonnement ou ouvertes, dont celles de l'OSINT (Open Source INTelligence ou renseignement) et les procédés technologiques, tels que l'IA générative, afin d'enrichir ses connaissances dans son ou ses domaines d'expertise journalistique, de repérer et d'extraire à tout moment des éléments informationnels nécessaires au traitement d'un sujet journalistique.
2. A partir d'une commande (rédacteur en chef, entreprise, collectivité territoriale...) ou d'une démarche personnelle, rechercher activement des informations ciblées, en s'appuyant sur sa veille, en recueillant et analysant des témoignages et points de vue différents, afin de définir des thèmes ou sujets porteurs, en lien avec la ligne éditoriale du commanditaire ou avec son projet de production journalistique.
3. Au regard des sujets à traiter, interagir avec un réseau pertinent d'informateurs, d'experts (institutions, entreprises, politiques, société civile, citoyens...), via des prises de contact régulières, des interviews, des participations à des événements, la lecture de blogs, la consultation de médias sociaux, en veillant à maintenir un rapport de confiance et à protéger ses sources d'information, afin de compléter, vérifier des données d'information.
4. Organiser les documents collectés, en les sélectionnant en fonction de leur pertinence, de leur chronologie, en les hiérarchisant, en les répertoriant par thème (politique, économie, écologie ...), pour faciliter leur exploitation dans le cadre du sujet retenu, de leur type de traitement et de leur(s) modalité(s) de diffusion.
5. Vérifier la légitimité des sources et la fiabilité des données informationnelles collectées (écrits / photos / vidéos ...), en les analysant via une stratégie de Fact-checking (vérification des faits) potentiellement soutenue par le recours à l'IA (intelligence artificielle) et en recoupant les points de vue variés et contradictoires d'informateurs / d'experts, dans l'objectif de livrer une information journalistique fiable.
6. A partir du thème général envisagé, définir un sujet et un angle journalistique en cohérence avec la ligne éditoriale, en repérant les leviers d'intérêt des publics cibles (auditeurs, internautes ...), en sélectionnant des points saillants originaux et des titres percutants, afin de structurer un contenu et de donner une orientation précise à l'article / reportage / enquête.
7. En conférence de rédaction ou face à un rédacteur en chef, argumenter le choix d'un sujet et d'un angle, en mettant en valeur leur impact potentiel et distinctif, leur correspondance avec la ligne éditoriale du média et les attentes du lectorat ou de l'auditoire, afin d'en obtenir la validation.
8. Proposer des modalités de traitement journalistique (format, genre, ton, titre...) et des choix rédactionnels (style, vocabulaire ...) en adéquation avec le support de diffusion et la ligne éditoriale, dans le respect de la Charte d'Ethique Professionnelle des Journalistes, en vue de produire un contenu informationnel distinctif, compréhensible par la cible (lecteur, internaute, auditeur) et accessible pour tous, y compris pour les personnes en situation de handicap (audiodescription, alternative textuelle ...)

PROGRAMME DE LA FORMATION

PRODUIRE UN CONTENU ÉDITORIAL DESTINÉ AUX FORMATS PRINT, DIGITAL, SONORE, IMAGE

2

- Définir les grandes lignes de la réalisation de sa production, selon le format retenu (réalisation d'une enquête, d'un reportage, d'une interview, d'un portrait ... « sur le terrain »), en prenant en compte le contexte (géopolitique, social, type d'événement couvert ...), en préparant le synopsis / conducteur et les questions à poser, en déterminant les ressources nécessaires et les profils à interviewer, afin de mener à bien sa mission sur le terrain et optimiser le traitement de sa production.
- Elaborer le plan de travail, en intégrant les contraintes de bouclage et les coûts de production, en s'assurant de la disponibilité des ressources humaines (cameraman, preneur de son ... et/ou personnes interviewées), techniques et logistiques nécessaires, en s'assurant de l'obtention de l'accord des contacts et/ou des autorisations nécessaires et en veillant à limiter le coût écologique de la production (déplacements, impressions papier ...), pour assurer la production et la transmission à la rédaction du contenu journalistique dans les délais et la sécuriser.
- Capturer les images et les sons complétant et illustrant ses données initiales sur le sujet, en exploitant l'ensemble des fonctionnalités du matériel technique de réalisation (caméra, micro, appareil photo, enregistreur portable, smartphone ...), des logiciels et applications mobiles associés au traitement des images et des sons, afin d'assurer la production d'un contenu de qualité, diffusable sur divers supports.
- Conduire des interviews, en s'appuyant sur ses investigations sur le sujet, en pratiquant une écoute active, en utilisant les techniques de questionnement, de reformulation et de relance, pour enrichir et crédibiliser un contenu et/ou animer un plateau d'invités/débat enregistré ou dans les conditions du direct.
- À partir de l'ensemble des données collectées et recoupées, créer un contenu structuré et non discriminant, en mobilisant les techniques d'écriture narrative, audiovisuelle et/ou SEO/SEA (titrailler et chapô percutants, 5W, mots clés qualifiés, ton narratif correspondant au format retenu (brève, magazine, reportage, enquête, chronique radio ...) ...), en recourant avec discernement à une pratique de l'IA générative, en sélectionnant, étalonnant et mixant les images et le son, en mettant en valeur le message essentiel dans le respect des normes de la langue française, afin de produire de l'information à forte valeur ajoutée, de soutenir la lisibilité du contenu et de susciter l'intérêt du lecteur / auditeur / internaute.
- Calibrer son contenu en fonction de son format de publication / diffusion (page web, vidéo, podcast...), en déterminant le nombre de signes, le gabarit, la durée de la diffusion, l'enrobé ou la mise en page combinant texte, visuels, son, vidéo ..., afin d'améliorer l'efficacité du contenu et d'accroître le trafic.
- Enrichir le contenu de la production journalistique, pour susciter l'intérêt du public et développer l'audience, en scénarisant le rédactionnel au moyen de data, de ressources iconographiques, sonores, visuelles, web... adaptées, en prenant en compte les habitudes de consommation de l'information par le lectorat visé (grand public, public professionnel...) et ses contraintes d'accessibilité (notamment pour les personnes en situation de handicap).
- Intégrer les contraintes juridiques et obligations réglementaires liées à l'activité journalistique (respect du droit à l'image, de la vie privée, de la présomption d'innocence ...), afin de ne pas s'exposer ni exposer le média à des risques juridiques sur l'ensemble des publications (parution print, publication web, diffusion radiophonique, audiovisuelle, diffusion sur plateformes, réseaux sociaux) et d'obtenir le « Prêt à Diffuser / Publier ».
- Appliquer les principes déontologiques rattachés à l'exercice de l'activité journalistique et à la production de contenus (protection du secret de ses sources, refus du plagiat, des accusations infondées, de la diffamation, des méthodes déloyales pour obtenir l'information ...), en conformité avec la Charte d'Éthique Professionnelle des Journalistes, afin de pérenniser son activité et d'assurer son capital confiance, dans le respect des devoirs du journaliste.

VALORISER UNE PRODUCTION JOURNALISTIQUE À DES FINS D'AUDIENCE ET DE NOTORIÉTÉ

3

- Faire vivre des contenus d'information, en utilisant à bon escient les réseaux sociaux (Instagram, X, LinkedIn ...) et/ou plateformes professionnelles (Wix, Squarespace, Profilculture, Indeed...), en dialoguant avec son audience (commentaires sur les réseaux sociaux, courrier des lecteurs ...) tout en s'assurant d'une bonne maîtrise des risques liés à la diffusion des contenus (fake news, usage mal intentionné...), afin d'améliorer la viralité et la fiabilité de ses contenus et de fédérer autour de ses publications.
- Animer des communautés ou groupes de discussion sur les médias sociaux généralistes et spécialisés, sur des blogs ou sur son site web, par la curation de contenus, la publication régulière d'articles ou de posts accessibles pour tous (dont les personnes en situation de handicap), en modérant les échanges, dans l'objectif de mieux répondre aux attentes et intérêts des lecteurs / internautes / auditeurs sur des sujets généralistes ou spécifiques, d'entretenir un lien de confiance avec son lectorat, ses confrères et les médias et de les fidéliser.
- Mettre en place des actions visant à amplifier sa couverture médiatique, en publiant ses productions sur les médias et réseaux sociaux (Facebook Journalism Project, Datagueule, Wordpress Podcast...), sur son blog ou sur son site web, via divers formats d'information (stories, podcast, audio-numérique...), en créant des flux d'interactions avec des visiteurs, abonnés et followers (X, LinkedIn, YouTube...), en optimisant son référencement par l'ajout de liens qualifiés, de vidéos, d'interviews d'experts ..., en identifiant et traitant des thématiques selon un angle susceptible d'intéresser les grands organes de presse et de diffusion de l'information, pour développer son personal branding dans l'espace public et décrocher des commandes d'articles, reportages, enquêtes ...
- Analyser le trafic généré par ses publications / diffusions et leur impact, en comparant le périmètre médiatique couvert avec celui souhaité, à partir d'indicateurs clés (nombre d'articles, mentions de partages sur les réseaux sociaux, répétition de ses messages ...), afin d'ajuster son plan de publication / diffusion.
- Développer son réseau professionnel, en participant à des manifestations et événements ciblés favorisant les interactions professionnelles (Assises du Journalisme, Press Club de France, Prix Bayeux, Déjeuners de presse), en envoyant des notifications, relatives à la parution de ses articles, reportages ..., à l'attention de ses abonnés/followers et des rédactions, afin d'accroître son audience auprès de nouveaux publics et de commanditaires potentiels.
- Se tenir informé sur les innovations au service de son activité, ainsi que sur la réglementation encadrant leur usage (formats de production et de diffusion de l'actualité, services associés proposés aux abonnés ...), via des interactions avec les acteurs technologiques, par le recours aux plateformes de services aux journalistes (MediaConnect, Tagadey ...), afin d'optimiser et de pérenniser son activité.

Notre école est certifiée

Qualiopi 
processus certifié

 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes:

ACTIONS DE FORMATION

ACTIONS DE FORMATION PAR APPRENTISSAGE

Qu'est-ce que Qualiopi ?

Cette reconnaissance garantit la qualité de nos formations et de nos services, en répondant aux **critères rigoureux** du référentiel national RNCP.

Qualiopi atteste de notre **engagement** à offrir un **accompagnement de qualité** à nos apprentis et partenaires.

Cette certification renforce notre **volonté d'excellence** et témoigne de notre **professionnalisme** dans la formation.



ET ENSUITE

○○○

BACHELOR JOURNALISME

Journaliste

Animateur radio

Secrétaire de rédaction

Pigiste

BACHELOR COMMUNICATION

Chargé de communication

Community manager

Chef de projet événementiel

Chef de projet événementiel

MASTÈRE COMMUNICATION

Directeur de communication

Consultant conseil en communication

Chargé des relations presse

International brand manager

MASTÈRE JOURNALISME

Journaliste spécialisé

Directeur de communication

Redacteur en chef