

CURRICULUM FOR INCOMING EXCHANGE STUDENTS

Domaine(s) d'études :

**JOURNALISM & INFORMATION
MARKETING & ADVERTISING**

Erasmus+ code= 0320
Erasmus+ code= 0414

L'établissement d'enseignement

IUT de Paris – Rives de Seine, Université de Paris
Département Information et Communication
143 avenue de Versailles 75016 PARIS
+33 1 76 53 48 52 / secretariat-ic@iut.parisdescartes.fr

Responsable pédagogique Erasmus :
Mme Alice Le Roy
aleroy2468@gmail.com

Secrétariat pédagogique :
M. Dimitri Mas
dimitri.gamby-mas@u-paris.fr

Direction du département :
Mme Muriel Louâpre
muriel.louapre@u-paris.fr

Les autres services :

Les étudiants bénéficient des différents services mis à disposition par l'université : assistante sociale, service médical, restaurants universitaires, service des sports (SUAPS). Vous pouvez vous référer au règlement intérieur de l'université pour plus d'informations.

L'offre de formation

Durant la procédure de pré-inscription en tant qu'étudiant en programme d'échanges, les candidats pourront choisir leur cours et remplir le contrat d'études qui sera signé par eux et aussi signé et tamponné par le coordinateur de leur université d'origine.

Le contrat d'études provisoire sera confirmé ou mis à jour, le jour de l'arrivée de l'étudiant à l'IUT de Paris – Rives de Seine.

Pour cela, l'étudiant rencontrera le coordinateur pédagogique du département d'enseignement dans lequel il effectuera son séjour d'études. C'est ce jour-là qu'il prendra connaissance de son emploi du temps.



Marketing & Communication



Marketing & Advertising



Commun / Joint

L'offre de formation de septembre à janvier : Autumn-winter 2021-2022

Courses highly recommended to all Exchange students

French And Intercultural Communication For Foreigners

This course aims at consolidating grammar, vocabulary but also the cultural knowledge of France by using French in real-life communication situations. r for students who wish to improve their language skills in French.

4 ECTS crédits

Intercultural Communication

This course enables exchange students to discover, understand and share their intercultural differences. This course is the continuation of the course "French for foreigners" for all exchange students who want to put their language skills into practice. The students are asked to prepare presentations about Paris, the history of the city and the identity of its neighborhoods.

4 ECTS crédits

Courses taught in ENGLISH

Subject to availability of places

Innovative Business And Communication Models

The workshop focuses on business models centered on innovative products and services that meet new or poorly satisfied needs, where the commitment of local stakeholders and IT-enabled innovation are the main drivers of success.

Three field trips introduce the students to entrepreneurs who have succeeded in defining business models and communication strategies that are tailored to the territorial context, using its infrastructure and local know-how.

4 ECTS crédits

The Future Of The News

This class provides a global overview of the current media landscape and looks at issues such as media consolidation, the decline in sales, readership and viewership in the mainstream media, citizen and participatory media, the culture of connectivity and news consumption in the digital age.

The class, which starts with the screening of the documentary "Page One: Inside the New York Times" (2011), aims at developing media literacy among students in order to acquire the ability to evaluate and analyze media and develop a toolbox of relevant and trustworthy news sources.

4 ECTS crédits

Media Literacy

This class provides a global overview of the current media landscape and examines such issues as media consolidation, the decline in readership and viewership in the mainstream media, the culture of connectivity and new patterns of media consumption in the digital age.

The class aims at developing media literacy among students in order to acquire the ability to evaluate and analyze a wide range of media outlets and develop a toolbox of trustworthy and creative news sources.

4 ECTS crédits

Communication Strategies

A communications agency does pretty much the same job as a dating agency: making both brand and consumer meet in the market place, love each other, and more...

This course introduces students to effective communications strategies that are already successfully implemented in the European Union's 27 countries and 24 official languages. It poses 3 main (simple but far from simplistic) questions, which demand great psychological skills to be answered properly. Then students will have to isolate the strategic message, and create the proper concept to carry it.

4 ECTS crédits

Design For Social Change

The workshop's goal is to develop insight into why corporate, NGO and public communication strategies aimed at achieving social change can be effective – or fail.

Based on case studies and student-led presentations, the class gives the students a general overview of communication tools geared toward behavioral and social change. Each student will collect a dynamic toolbox of case studies and model policies in order to analyze the strategic use of communication by governing bodies, NGOs and grassroots organizations. By the end of the workshop, students will have considered the impact of a wide range of communications activities and analyzed approaches that extend beyond individual behavior change to include shifts in social norms, businesses and public policies.

4 ECTS crédits

The History Of Creative Advertising

This class, which uses excerpts from AMC's TV series Mad Men and the PBS documentary "The Real Mad Men and Women of Madison Avenue", looks at how the Creative Revolution in the 1950s and 1960s This class, which uses excerpts from AMC's TV series Mad Men and the PBS documentary "The Real Mad Men and Women of Madison Avenue", looks at how the Creative Revolution in the 1950s and 1960s changed the advertising landscape worldwide.

Based on case studies of the most ground-breaking advertising and PR campaigns of the time – among which the Volkswagen "Think Small" campaign, the Marlboro Man, the Coca-Cola Hilltop commercial - this class shows how advertising evolved in order to reflect new social norms, thereby establishing a different relationship with audiences.

4 ECTS crédits

Sustainability News / Radio Workshop

In small groups, students produce a radio programme on the theme of sustainable development. They will position the content in terms of audience, conduct research, and record several chronicles. They also do benchmarking by studying existing radio programmes. The students have access to a recording studio and to technical help.

4 ECTS crédits

Courses taught in FRENCH

Subject to availability of places



Marketing & Communication



Marketing & Advertising



Commun / Joint

ATP01 Note de synthèse

Executive Summary

Contenus : Prendre connaissance des modes de lecture rapide. Analyse des points clés des textes et hiérarchiser les informations. Mise en relation des idées et de leur support textuel. Création du plan pour la rédaction. Rédaction.

4 ECTS crédits

M3101 Ecrits professionnels / rédaction web

Professional Writing / Web Writing

Contenus : Concevoir et rédiger des plaquettes, des livrets et revues, des articles de presse, des écrits spécifiques au web (lettre d'information numérique –newsletter, journal en ligne).

4 ECTS crédits

M3101 Expression écrite et orale

Written And Oral Expression

Contenus : Adapter son message aux différentes cibles et aux différents supports définis dans un plan de communication. Maîtriser des situations de communication problématiques.

Compétences visées : connaître et maîtriser les règles de l'écriture professionnelle mais sur des écrits complexes et hybrides ; comprendre et appliquer les codes de l'écriture journalistique et de l'écriture publicitaire ; aborder l'écriture pour le web (connaître les spécificités qui président à la conception rédactionnelle d'un site, d'une newsletter ou d'un journal en ligne) ; maîtriser les techniques orales d'argumentation, de négociation et d'animation de réunions.

4 ECTS crédits

M3102 Anglais (projet artistique et culturel)

English (Artistic And Cultural Project)

Contenus : Mise en œuvre d'un projet artistique et culturel en partenariat avec les étudiants américains de la *New York University* de Paris.

4 ECTS crédits

M3102 Anglais de la publicité

English For Advertisers

Contenus : renforcer la connaissance de la culture des pays cibles, maîtriser le vocabulaire professionnel et spécialisé (écrit et oral), s'appropriier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...) et faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

4 ECTS crédits

M3103 2e langue vivante (allemand ou espagnol)

Second Language (German Or Spanish)

Contenus : Etude de la civilisation des pays cibles orientés vers la réalité des professions visées ; veille sur les innovations du secteur.

4 ECTS crédits

M3103 2e langue vivante (allemand ou espagnol)*Second Language (German Or Spanish)*

Contenus : renforcer la connaissance de la culture des pays cibles, maîtriser le vocabulaire professionnel et spécialisé (écrit et oral), s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...) et faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.

4 ECTS crédits

M3201 Culture com/PPP*Com Trivia/Personal Professional Project*

Contenus : Il s'agit de permettre à l'étudiant de construire son parcours post-DUT, en analysant les différentes pistes qui s'offrent à lui afin qu'il choisisse et mette en œuvre la plus pertinente pour lui.

4 ECTS crédits

M3201 Projet personnel et professionnel*Personal Professional Project*

Contenus : le cours est subdivisé en deux enseignements : 1° où il s'agit de permettre à l'étudiant de construire son parcours post-DUT, en analysant les différentes pistes qui s'offrent à lui afin qu'il choisisse et mette en œuvre la plus pertinente pour lui, et 2° où il s'agit de permettre à l'étudiant d'acquérir les techniques pour la recherche d'emploi (connaître les principaux outils de recherches d'emploi et l'environnement professionnel).

4 ECTS crédits

M3202 Droit de l'information et de la communication*Information And Communication Law*

Contenus : Le droit à l'image, le droit de la propriété intellectuelle ; introduction au droit de la propriété industrielle (brevets, marques, modèles) ; base du droit de la presse ; problématique de l'application du droit sur Internet.

4 ECTS crédits

M3202 Droit de l'information et de la communication*Information And Communication Law*

Contenus : Faire connaître les règles et les institutions juridiques qui régissent la production et la diffusion de l'information.

4 ECTS crédits

M3203 Outils de communication numérique*Tools For Digital Communication*

Contenus : Collaboration à distance. Veille informationnelle. Agrégateurs de données. Système de gestion de contenu. Serveurs et transferts FTP. Bases de données SQL et PHP. Outils de référencement et d'analyse d'audience Internet. Nomadisme.

4 ECTS crédits

M3203 Outils de communication numérique*Tools For Digital Communication*

Contenus : Maîtriser l'utilisation d'un système de gestion de contenu (SGC/CMS). Maîtriser l'usage des outils de communication et de travail collaboratif.

4 ECTS crédits

M3204 Projet tutoré / Hélice*Practical Work / Hélice*

Contenus : Campagnes de communication. Projets de groupe.

4 ECTS crédits

M3204 Projet tutoré*Practical Work*

Contenus : Réalisation de campagnes publicitaires. Mettre l'étudiant en situation réelle en le préparant à son stage en milieu professionnel. Objectifs opérationnels : conduire en équipe un projet d'envergure professionnelle mettant en œuvre la transversalité des connaissances, techniques, technologiques et générales de la spécialité ; développer les compétences relationnelles de l'étudiant.

4 ECTS crédits

M33C01 Audiovisuel*Audiovisual Media*

Contenus : Distinction entre note d'intention, synthèse de l'œuvre (pitch), synopsis, scénario. Règles de l'écriture scénaristique (récit écrit, récit audiovisuel). Fonction d'un tableau de découpage. Le rôle du montage dans la production d'un message audiovisuel : montage narratif, montage discursif. La relation image-son. Utilisation d'un logiciel de montage audiovisuel.

4 ECTS crédits

M33C02 Edition*Publishing*

Contenus : Le secteur professionnel de l'infographie et de la PAO adapté à Internet. Les spécificités de l'écrit électronique. Edition et diffusion web.

4 ECTS crédits

M33C03 Techniques de gestion*Management Techniques*

Contenus : Objets et principes de la comptabilité, opérations commerciales, introduction à la comptabilité de gestion (calcul de coût et de seuil de rentabilité).

4 ECTS crédits

M33C04 Marketing*Marketing*

Contenus : L'étude de marché. La stratégie marketing : segmentation, ciblage, positionnement. La politique de marchéage (mix marketing) : les 4 P (produit, prix, place, promotion). Le diagnostic stratégique.

4 ECTS crédits

M33C05 Communication événementielle*Events Planning*

Contenus : Les différents types d'événements des entreprises et des organisations. Les différents aspects de la conception d'événements. Les différents aspects de la promotion d'événements.

4 ECTS crédits

M33C06 Stratégie de communication : nouveaux médias*Communication Strategy : New Medias*

Contenus : Les étapes de la démarche stratégique en communication. Définition d'une stratégie de communication. Définir le positionnement de communication. Déterminer les cibles de communication. Choisir les outils de communication adaptés à la stratégie. Établir un tableau de bord. Mettre en place une évaluation des actions de communication.

4 ECTS crédits

M33C07 Création d'entreprise*Business Creation*

Contenus : Favoriser la démarche d'entreprendre des étudiants en visant les compétences suivantes : connaître l'environnement juridique de l'entreprise et les acteurs institutionnels. Etre capable d'analyser la viabilité économique et mercatique d'une activité. Prérequis : marketing, gestion. Contenus : étude de marché, montage financier et juridique. Présentation des dispositifs d'aide.

4 ECTS crédits

M34C01C**Ecrire pour le web***Writing For The Web*

Contenus : Si la plupart des règles de la conception rédactionnelle s'appliquent à l'écriture numérique, il s'agit aussi de dissocier ce qui lui est spécifique : la lecture n'est plus linéaire et oblige donc à une autre conception en amont.

Panorama théorique des usages, des techniques, des aspects juridiques de l'écriture web et présentation du métier de community manager. Les différents domaines de l'écriture web et leurs spécificités : site internet, presse, réseaux sociaux buzz (viralité), diffusion, réseau, contrôle.

4 ECTS crédits

M34C02C**Communication interne***Internal Communication*

Contenus : Comprendre la communication interne pour appréhender les services qu'elle peut rendre en tant qu'outil de motivation des salariés quelle que soit la taille de l'entreprise. Comme outil managérial indispensable, la communication interne doit obéir à un plan de communication où l'information est construite et dont les différents médias sont l'écrit (affichage ou journal d'entreprise), l'oral (séminaire ou conférence d'entreprise), l'audiovisuel (vidéo ou CD-Rom), la communication électronique (intranet, extranet, newsletter). La communication interne remplit de multiples fonctions :

- exposer des résultats
- transmettre des informations
- expliquer une nouvelle orientation
- motiver les collaborateurs
- rassembler les acteurs autour d'un projet d'entreprise

4 ECTS crédits

M34C04C**Mécénat et sponsoring***Corporate Philantropy And Sponsoring*

Contenus : L'objectif de ce module est de découvrir les enjeux et les pratiques des organisations en matière de mécénat et sponsoring.

Les compétences visées : savoir choisir le dispositif de communication le plus adapté aux objectifs de partenariat, être capable de mettre en œuvre une campagne de communication de mécénat et de partenariat.

4 ECTS crédits

M33P01 Marketing d'études*Marketing (Market Analysis)*

Contenus : Définir une méthodologie d'étude, la réaliser et l'analyser afin de faciliter la prise de décision au sein de l'entreprise. Compétences visées : analyser l'environnement, mettre en place une méthodologie adaptée, réaliser des études de marché.

4 ECTS crédits

M33P03 Gestion d'activités*Activity Management*

Contenus : La gestion commerciale (notions de chiffre d'affaires, marge, calcul de la rentabilité d'une prestation, seuil de rentabilité, point mort, taux de marge, taux de marque, remises commerciales). La démarche budgétaire (établissement d'un budget prévisionnel, suivi du réalisé). La rédaction d'une proposition commerciale (réalisation de devis et factures).

L'évaluation des fournisseurs (sourcing, matrice de sélection). La gestion de clientèle (connaissance des clients, analyse du portefeuille, développement du relationnel client).

4 ECTS crédits

M33P04 Création publicitaire (niveau 2)*Advertising Design (Level 2)*

Contenus : Utiliser la dialectique des moyens d'expression. Donner du sens à la communication à l'aide des composants iconographiques. Mettre à l'épreuve les différents codes d'expression. Analyses de copies stratégiques et mises en œuvre. Langages graphiques. Rhétorique iconique. Sens du message. Psychologie et communication. La communication publicitaire. Processus de création. Détournements. Figures de style. Stratégies de communication. Créativité et stratégies.

4 ECTS crédits

M33P05 Conception-rédaction (niveau 2)*Copywriting (level 2)*

Contenus : Concevoir une campagne d'affichage pour un produit. Trouver un nom et élaborer une stratégie de moyens inventive pour une nouvelle marque. Elaborer une création publicitaire globale, pour la presse et l'affichage. Expérimenter l'écriture de spots pour la radio, la télévision, le web ou le cinéma.

4 ECTS crédits

M33P06 Audiovisuel*Audivisual Media*

Contenus : Réalisation d'un film d'entreprise, d'un film publicitaire, d'un clip viral.

4 ECTS crédits

M33P07 PAO*Desktop Publishing*

Contenus : Elaboration de documents qui mobilisent les logiciels de retouche photographique, dessin vectoriel et assemblage du texte et des images.

4 ECTS crédits

M33P08 Web [Multimédia et web 2]*Web*

Contenus : Créer, gérer et partager des contenus sur Internet. Savoir faire une évaluation ergonomique d'un site web. Mettre en place un cahier des charges pour la création de site web.

4 ECTS crédits

M34P01C**Management***Management*

Contenus : L'objectif de ce module est de connaître les principales techniques de communication et de management pour améliorer son leadership.

Les compétences visées : améliorer son leadership, présenter et défendre un projet, conduire une réunion, gérer un conflit, proposer un système de motivation approprié pour une équipe, identifier un style de management à partir d'une étude de cas, adapter son style de management en fonction des situations.

4 ECTS crédits

OSC05 Science politique et communication*Communication And Political Science*

Contenus : L'objectif de ce module est d'acquérir une meilleure connaissance des institutions, de mieux appréhender les rapports de force entre les pays.

Les compétences visées : esprit critique, analyse, qualités rédactionnelles, culture générale, ouverture sur le monde, autonomie.

4 ECTS crédits

OSP03 Rhétorique et communication*Communication And Rhetoric*

Contenus : L'objectif de module est la maîtrise de l'argumentation, analyse des techniques de la démonstration (convaincre/persuader). Ce module est un complément à l'enseignement des techniques d'expression-communication, culture générale.

Les compétences visées :

- construction d'une opinion, de sa défense,
- appréciation critique de l'actualité,
- compréhension de texte et de l'argumentation,
- structure de réflexion,
- habiletés orales : dialogue, débat, exposé.

4 ECTS crédits

OSP05 Histoire de la publicité*History Of Advertising*

Contenus : Donner aux étudiants les bases de connaissances de l'histoire de la publicité en France, (comparée à l'histoire de la publicité aux Etats-Unis), pour mieux appréhender sa situation particulière et ses transformations actuelles.

4 ECTS crédits

L'offre de formation de Janvier à juin :*Spring-summer 2021-2022***Marketing & Communication****Marketing & Advertising****Commun / Joint****Courses taught in FRENCH***Subject to availability of places***SAé IC-CT1-S01 Etude d'une organisation***IC-CT1-S01 Study of an organization*

Contenus : Les étudiants, seuls ou en groupe, décrivent formellement le fonctionnement et les parties prenantes d'une organisation, en s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, de la sociologie ou d'autres disciplines SHS.

Ils mettent en lumière les dispositifs d'information et de communication qui leur paraissent déterminants, évaluant leur pertinence ou leurs dysfonctionnements.

Ils construisent ainsi un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel, y compris le jeune stagiaire, confronté à une nouvelle organisation, soit partenaire soit futur employeur.

4 ECTS crédits

SAé IC-CT1-2-S03 Etude d'une organisation
IC-CT1-2-S03 Study of an organization

Contenus : Cette SAÉ vient en poursuite de la SAÉ du semestre 1, en axant le regard sur les dimensions juridiques et socio-économiques. Par ce travail, les étudiants construisent un panorama analogue à celui qui s'impose à un professionnel, ou à un jeune stagiaire, confronté à une nouvelle organisation, que ce soit celle qui l'emploie ou qu'elle soit partenaire.

Les étudiants, seuls ou en groupe, doivent décrire l'environnement économique et juridique d'une organisation, qu'elle relève du secteur public ou du secteur privé. Il est possible d'utiliser la même organisation que pour la SAE de premier semestre.

Cette description sera accompagnée d'une note indiquant comment cette organisation se positionne dans son environnement éventuellement concurrentiel et comment sa structure a pu évoluer. Les étudiants devront détailler la manière avec laquelle ils ont cherché de l'information sur cette organisation et sur son environnement. Un résumé de ce travail sera réalisé en anglais et dans la LV2 choisie et la présentation orale intégrera une courte vidéo.

4 ECTS crédits

SAé Portfolio
Portfolio

Contenus : Contactez Mme Le Roy

4 ECTS crédits

SAé Stage
Internship

Contenus : Contactez Mme Le Roy

4 ECTS crédits

RESSOURCE Economie générale
Basics In Economy

Contenus : Cet enseignement permet de présenter quelques problèmes économiques qui se posent dans les pays développés à économie de marché : source et durabilité de la croissance économique, Place de l'État et du marché dans les régulations économiques, Régionalisation et internationalisation des échanges, Dynamique des inégalités économiques...

Cet enseignement permettra de donner les outils pour comprendre l'actualité économique et l'environnement dans lequel les organisations développent leurs activités.

4 ECTS crédits

RESSOURCE Droit – Droit du travail
Basics In Law And Labour Law

Contenus : Donner aux étudiants les bases de droit nécessaires au plein exercice de leur citoyenneté et à leur compréhension du monde professionnel. On y traitera les notions essentielles du droit, les textes officiels nationaux et européens (constitutions, lois, lois-cadre, arrêtés, actes administratifs individuels...), ainsi que les spécificités du droit social au sein des organisations.

4 ECTS crédits

RESSOURCE SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...
Humanities And Social Sciences: Sociology, Psychology, Anthropology, Ethnology, Philosophy...

Contenus : Cet enseignement permet de présenter et d'approfondir des concepts et notions indispensables à la connaissance du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux. Il s'agira notamment des notions fondamentales de la vie sociale et collective : groupes sociaux, construction sociale de l'identité, règles et normes, processus de socialisation, phénomènes de groupes et de l'influence sociale, catégorisation sociale, communication des groupes...

Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale afin d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication.

4 ECTS crédits

RESSOURCE	Culture générale et humanités <i>General Culture And Humanities</i>
Contenus : Dans le but d'une meilleure compréhension de leur environnement social et culturel, il s'agit d'ouvrir la réflexion à des savoirs s'attachant aux productions intellectuelles et culturelles qui font le propre de l'humanité. L'objectif est de développer la culture générale des étudiants. 4 ECTS crédits	

RESSOURCE	Projet personnel et professionnel <i>Personal Professional Project</i>
Contenus : Le projet personnel et professionnel permet à l'étudiant : <ul style="list-style-type: none"> – de prendre connaissance et de s'approprier le référentiel de compétences de la formation et des éléments le structurant ; – de faire le lien entre les niveaux de compétences ciblés, les SAÉ et les ressources au programme de chaque semestre ; – de découvrir les champs professionnels associés à la spécialité ; – de mobiliser les techniques de recrutement dans le cadre d'une recherche de stage ou d'un contrat d'alternance. Différentes modalités peuvent être mises en œuvre, qui vont de l'enquête métiers aux rencontres avec des acteurs du milieu professionnel, en passant par des visites d'organisations ou la participation à des conférences. Les liens avec d'anciens étudiants seront privilégiés et l'étudiant aura à construire une identité professionnelle numérique. 4 ECTS crédits	

SAé	IC-CT2-S04 Enquête sur des objets infocommunicationnels <i>IC-CT2-S04 Investigating Infocommunicational Objects</i>
Contenus : Analyser les évolutions d'un objet ou d'une institution sur un temps long (en se dégageant de l'emprise de l'actualité et de la mode) pour en identifier les avatars, les techniques et l'évolution des usages dans le cadre d'une phase d'études, voire d'un argumentaire donneur d'ordre. 4 ECTS crédits	

RESSOURCE	Anglais <i>Vocational English</i>
Contenus : Dans un premier temps, on procède à une vérification des bases de l'anglais, au niveau lexical, syntaxique et phonétique. Le cours se poursuit par le développement des capacités à communiquer correctement en anglais, à l'oral comme à l'écrit. Ce module aborde également les aspects culturels des pays anglophones. Des documents authentiques écrits comme audiovisuels (articles de journaux, de revues...) permettent de traiter l'actualité. On travaille l'éducation aux médias (media literacy) et on encourage la réflexion sur la question de la connaissance et la fiabilité des sources. L'accent est mis sur l'expression orale. 4 ECTS crédits	

RESSOURCE	LV2 <i>2nd Language (German Or Spanish)</i>
Contenus : Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible (allemand, espagnol, italien...) tant au niveau phonétique que lexical ou morphosyntaxique afin d'accroître les capacités à communiquer efficacement et avec aisance, à l'écrit comme à l'oral, aussi bien dans la sphère privée que dans un environnement professionnel. L'objectif du module est de développer progressivement les capacités à conceptualiser, à analyser et à argumenter en s'appuyant sur des documents authentiques de toute nature : imprimés ou électroniques (articles de journaux ou revues, documentation professionnelle, infographies...), graphiques ou encore audiovisuels tout en encourageant la réflexion sur la qualité et la fiabilité des sources utilisées. Les connaissances sur les réalités socio-culturelles des pays de la langue cible seront également abordées et approfondies afin d'intégrer la dimension interculturelle dans l'approche communicationnelle, tout en acquérant les rudiments du vocabulaire professionnel (marketing, commerce, économie, entreprise). 4 ECTS crédits	

RESSOURCE	Expression écrite et orale <i>Written And Oral Expression</i>
Contenus : Ce cours vise à consolider les qualités d'expression écrite et orale des étudiants, sur le plan de la correction formelle (orthographe, grammaire, syntaxe), comme en ce qui concerne la variété des styles et registres qu'ils peuvent être amenés à choisir et à mettre en œuvre en fonction de la situation et des usages (courriers, rapports). Les étudiants se voient proposer des exercices mais également des mises en situation, qui visent notamment, à l'oral, à améliorer leur aisance dans les situations de prise de parole individuelle (présentation, soutenance) ou dans le cadre de l'entretien (recrutement en stage).	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	Image et son <i>Audiovisual (level 1)</i>
Contenus : Première approche d'une réalisation multimédia son-image. Sensibilisation à la composition de l'image en lien avec l'analyse des images. Initiation à la prise de vue (cadrage, profondeur de champ). Initiation à la prise de son et au montage son-image. Le tout mis au service de la réalisation d'un projet principal et de projets transversaux. Une façon d'aborder cette question peut être la suivante.	
<ul style="list-style-type: none"> – Cadrage et composition pour l'analyse d'image et la prise de vue. – Description et analyses d'œuvres picturales diverses et de photos d'actualité. – Prise de vue : cadrage et profondeur de champ. – L'image numérique, du capteur au fichier (Raw, formats matriciels et vectoriels). – Enregistrer des sons. Méthodes, appareillage et formats. – Manipuler des sons : rogner, filtrer, exporter... – Monter des images et du son. Utilisation de logiciels « simples ». 	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	Culture numérique <i>Digital Culture</i>
Contenus : Ce module vise à présenter les évolutions, continuités et ruptures induites par l'usage du numérique. Il permet de comprendre les enjeux sociaux, politiques et philosophiques liés au développement des technologies numériques de l'information et de la communication, notamment sur les questions de traces (ou mémoire), d'identité numérique, d'interactions, de modalités de création et de partage. Il doit permettre d'évoquer les possibilités et les limites de ces outils et dispositifs techniques, et ainsi contribuer au développement d'un usage responsable et éthique de celles-ci.	
4 ECTS crédits	

SAé	IC-CC3-5-S02 Plan de communication <i>IC-CC3-5-S02 Communication Plan</i>
Contenus : Expérimenter une démarche de plan de communication, exercice phare du responsable de communication, articulant des compétences stratégiques mais également de relation client. L'élaboration d'un plan de communication, avec donneur d'ordre réel ou fictif, doit permettre aux étudiants d'expérimenter comment s'articulent dans une commande.	
<ul style="list-style-type: none"> – Prise en charge des spécificités du donneur d'ordre (concrétisée par la prise ou l'analyse de brief, et la relation client le cas échéant, qui inclut la présentation et défense des propositions faites). – Phase d'étude (caractérisée par une analyse de ses besoins et celle du positionnement de la concurrence). – Phase proprement stratégique qui consiste à élaborer, planifier et budgéter dans ses grandes lignes une stratégie incluant des pistes de moyens (qu'il ne sera pas demandé de produire). 	
4 ECTS crédits	

SAé **Réaliser une étude sur une marque**
Conducting A Brand Study

Contenus : A la demande d'un commanditaire ou sur un sujet imposé par l'enseignant ou sur un sujet proposé par l'étudiant, il s'agit de procéder à l'étude d'une marque.

- Évaluer la notoriété et l'image de la marque.
- Récolter des données sur la marque.
- Étudier la clientèle actuelle de la marque et produire quelques projections.

Le travail se fera par groupes.

L'évaluation pourra comporter une restitution écrite et/ou orale.

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Plan de communication**
Communication Plan

Contenus : Les étudiants apprennent à définir avec un donneur d'ordre [client] le cadre du problème de communication à traiter, à produire des études sur le client et le secteur et à produire une recommandation incluant une analyse de ses besoins, du positionnement de la concurrence, une orientation stratégique et des idées de moyens.

Cela leur permet d'initier leur réflexion sur la communication d'une organisation, de leur permettre de s'essayer à la prise de parole pour convaincre et de produire un premier dossier de recommandation.

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Comportement des consommateurs**
Consumer Behavior

Contenus : La consommation peut être appréhendée dans sa dimension individuelle et collective. Cet enseignement s'intéresse aux parcours d'achat, aux variables individuelles, aux styles de vie, aux usages, aux obligations, aux représentations sociales et aux types d'influences liés à la consommation de masse.

Divers modèles se fondant sur une approche pluridisciplinaire (sociologie, psychologie, économie, marketing, neuromarketing...) permettent de comprendre les comportements des consommateurs, à partir de théories, d'enquêtes et d'études de cas...

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Comportement des consommateurs**
Consumer Behavior

Contenus : Découvrir les différentes étapes du processus de décision du consommateur et les mettre en lien avec l'opérationnalisation d'une stratégie marketing. Apporter un éclairage des différentes notions via les connaissances de disciplines diverses (psychologie, sociologie, économie, neurosciences...) permettant de mieux comprendre le consommateur, ses différents facteurs d'influence (médias, groupes d'influence...) et ses comportements. Identifier les insights ainsi que les recommandations stratégiques et opérationnelles pertinentes issues de la connaissance du consommateur.

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Études de marché, Marketing d'études**
Market Research, Marketing Research

Contenus : Savoir différencier les diverses sources d'information, choisir la méthodologie adéquate à mettre en place : rédiger un questionnaire, un guide d'entretien / animation, mettre en place des techniques projectives, identifier les différents biais, définir un échantillon, choisir le mode d'administration... Savoir implémenter une technique de veille sur un sujet d'intérêt.

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Analyse de données**
Data Analysis

Contenus : Initier à l'analyse de données quantitatives avec des indicateurs fondamentaux (pourcentage, moyenne, écart type, médiane...) collectées via des sondages, des enquêtes et/ou des observations. Initier à l'analyse de données qualitatives (analyse de contenu) collectées via des focus groups, des entretiens individuels, etc.
Savoir interpréter, synthétiser et présenter les données collectées.
4 ECTS crédits

RESSOURCE **Méthodologie de la gestion de projet**
Project Management

Contenus : L'atelier de pratique professionnelle vise à mettre en pratique les outils de gestion de projet : il s'agit d'apprendre à travailler en mode projet, à identifier les acteurs (maître d'ouvrage, maître d'œuvre, comité de pilotage, etc.), les ressources et contraintes (coûts, délais, performance). Les étudiants seront invités à formaliser les étapes de leur travail collectif, en suivant par exemple les étapes suivantes.

- Analyse des besoins (de façon élémentaire)
- Rédaction d'un cahier des charges sommaire
- Planification (identification et hiérarchisation des tâches, repérage des différents types de liaisons entre les tâches, définition des temps)
- Utilisation d'outils d'optimisation de projet
- Approche budgétaire (initiation)

4 ECTS crédits

SAé **IC-CC4-S02 Production : chronique audiovisuelle**
IC-CC4-S02 Production: Audiovisual Chronicle

Contenus : Production de courtes séquences de contenu audiovisuel natif, ou destiné aux médias sociaux, pour rendre compte d'un événement ou d'un phénomène, en français et en langue étrangère. Les étudiants se placeront dans une démarche de content management, community management, en étudiant avec soin leur positionnement, les séquences à retenir, le ton à employer, afin d'éditorialiser l'information pour la rendre agréable au public proposé par l'équipe pédagogique.
4 ECTS crédits

SAé **IC-CP4-S02 Raconter ou convaincre par l'image**
IC-CP4-S02 Storytelling Or Convincing Through Images

Contenus : Il s'agit ici de communiquer par le visuel ou l'audiovisuel afin de mettre en valeur un produit/un service/une cause pour le compte d'une organisation ou d'une marque. Le commanditaire peut être réel ou fictif. Les étudiants travaillent par groupes de 2 et réaliseront le projet en trois étapes clés :

- Lecture et compréhension de la demande client.
- Préparation et réalisation du contenu visuel ou audiovisuel.
- Retouche et mise en forme du contenu par des outils de PAO.
- L'évaluation portera sur la qualité de la production et sa corrélation avec les objectifs du client.

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Création graphique**
Graphic Design

Contenus : Le cours de création graphique permet de connaître la chaîne graphique et ses acteurs, de la conception à la réalisation finale d'un document destiné à l'impression ou à une diffusion sous forme numérique (sites Web, réseaux sociaux, lettre d'information). Il s'agit dans ce cours de connaître les normes et les techniques infographiques. L'utilisation de logiciels de PAO spécialisés (pour l'édition, l'illustration, la mise en page) donnera lieu à diverses créations graphiques basées sur des connaissances techniques, professionnelles et culturelles (logotypes, pictogrammes, affiches, flyers, etc.).
4 ECTS crédits

RESSOURCE	Audiovisuel spécifique <i>Specific Audiovisual</i>
<p>Contenus : Ce cours vise à rendre les étudiants autonomes pour la conception et la production de séquences vidéos et audio simples.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Être capable de choisir le matériel en fonction du projet tel que défini par le cahier des charges (image, son, éclairage). – Pouvoir définir par anticipation les enjeux techniques et esthétiques du projet, effectuer les repérages requis en procédant à des essais (son et image), et préparer minutieusement la distribution des tâches dans l'équipe afin d'exploiter au mieux le temps de tournage. – Effectuer des prises de vue et de son en studio et en extérieur. – Déruser en confrontant la matière filmée ou enregistrée aux intentions initiales, afin de les réviser si nécessaire, dans le respect du cahier des charges. – Maîtriser les principales fonctionnalités d'un logiciel de montage professionnel ou pré-professionnel. <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	Image et son spécifiques <i>Specific Picture And Sound</i>
<p>Contenus : Principes de l'animation image par image : Animation image par image dans des logiciels de retouche d'image ou de Présentation ; animation par images clés dans des logiciels dédiés.</p> <p>Importer et découper des vidéos existantes.</p> <p>Monter des mashup à l'aide logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut...) :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Transitions de plans, coupes – Montage son-image – Effets spéciaux simples avec fond vert (réel ou issu de logiciels de retouche d'image ou de PréAO) – Exportation, formats de fichiers <p>Vidéos pour les réseaux sociaux.</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	PAO <i>Desktop Publishing</i>
<p>Contenus : Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites Web, réseaux sociaux, lettre d'information...).</p> <ul style="list-style-type: none"> – Connaître le fonctionnement d'un logiciel de dessin vectoriel, être capable de réaliser un logotype, des pictogrammes destinés à être insérés dans un document. – Concevoir et réaliser des documents professionnels à travers d'un projet. – Savoir mettre en valeur ses créations graphiques dans le cadre d'une présentation professionnelle (Mockup) ou de la recherche d'un stage, d'un emploi (Portfolio). – Utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de mise en page (module de publipostage, table des matières et index automatiques...). <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	Web <i>Web</i>
<p>Contenus : Gérer un projet web (rédaction d'un cahier des charges, gestion de projet Web : méthodologie SCRUM à l'aide de sprint – logiciel : IceScrum).</p> <p>Approfondir le langage HTML et CSS.</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE **Conception-rédaction**
Copywriting

Contenus :

- A partir d'un insight, d'un bénéficiaire consommateur et d'une promesse, trouver et proposer des concepts publicitaires déclinés et formulés en message d'une campagne ad hoc.
- Savoir reconnaître et écrire les différents éléments de rédaction dans la communication publicitaire, connaître les principales techniques de création publicitaire, connaître les différents formats.
- Savoir rédiger des formats « print », traditionnels (accroches, body copy, signature de marque).
- Connaître le jargon du métier et les différents éléments rédactionnels dans la pub.

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Ateliers de pratique professionnelle**
Practical Work

Contenus :

- Analyse de situation dans un cahier des charges
 - Identification du problème à résoudre
 - Conception d'une ligne éditoriale
 - Planification de la mise en oeuvre
- => **Participation aux activités et projets de l'Agence Hélice.**

4 ECTS crédits

SAé **IC-CP5-S02 Étude publicitaire**
IC-CP5-S02 Advertising Study

Contenus : Dans le cadre d'une veille des tendances publicitaires et afin d'acquérir une culture publicitaire, il s'agira d'analyser les campagnes produites par une organisation en fonction de critères internes mais également eu égard à ses obligations juridiques et engagements RSE.

Les étudiants, organisés en équipes, s'emparent d'une ou deux publicités, proposées par l'enseignant ou choisies par eux en fonction de critères indiqués par l'enseignant (par exemple un secteur d'activité, une cause, etc.). Les étudiants prennent connaissance/ choisissent le sujet.

- Phase d'analyse du contexte de l'annonceur : stratégie de communication actuelle, objectifs, cible, contexte de marché, contexte législatif inhérent à la publicité de son produit.
- Phase de description et d'analyse de la publicité voire de comparaison avec une autre publicité.

L'évaluation portera sur la restitution d'une fiche d'analyse. Un pitch pourra être envisagé.

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Culture et tendances publicitaires**
Advertising Culture And Trends

Contenus : L'objectif est de présenter l'actualité du secteur de la publicité, de la communication et des médias. Cette approche doit permettre de dresser un état des lieux du monde publicitaire et des attentes des publics visés, de définir les tendances, les valeurs d'aujourd'hui et de demain, celles qui s'appuient sur la culture publicitaire, celles qui se dessinent, les mouvements d'idées émergentes, les influences et les mouvements déjà ancrés plus durablement...

La mise en oeuvre doit également pouvoir inciter les étudiants à analyser et à mettre en place une veille informationnelle, sur les pratiques du domaine publicitaire, le territoire des marques et les campagnes notoires, passées et actuelles.

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Gestion de projet**
Project Management

Contenus : Maîtriser les outils de la gestion de projet, soit i) la définition des tâches, planification et enchaînement, attribution des ressources, ii) les outils d'ordonnement : graphe Pert, diagramme de Gantt, iii) la documentation.

4 ECTS crédits

RESSOURCE	Droit de la publicité <i>Advertising Law</i>
Contenus : Connaître le cadre juridique de la publicité : protection du consommateur et pratiques commerciales trompeuses, encadrement de la publicité (tabac, alcool, crédit à la consommation, jeux... mais aussi PNNS et messages sanitaires), régulation publicitaire (invasion publicitaire et projet de Loi Evin Climat, publicité comparative, etc.). Appréhender les enjeux éthiques et pratiques déontologiques en matière de publicité : des critiques faites à la publicité au concept d'éthique publicitaire facilitant la mise en œuvre de pratiques déontologiques (chartes éthiques, Codes de déontologie, recommandation de l'ARPP, etc.). 4 ECTS crédits	
M4102	Anglais de la publicité <i>English Of Advertising</i>
Contenus : Contactez Mme Le Roy 4 ECTS crédits	
M4102	Projet tutoré <i>Practical Work</i>
Contenus : Mettre l'étudiant en situation réelle en le préparant à son stage en milieu professionnel. Objectifs opérationnels : - conduire en équipe un projet d'envergure professionnelle mettant en œuvre la transversalité des connaissances techniques, technologiques et générales de la spécialité, - développer les compétences relationnelles de l'étudiant. => Participation au Challenge National PUB/COM 2021 en mars 2022. 4 ECTS crédits	
M43C01	Gestion des ressources humaines <i>Introduction To Human Resources</i>
Contenus : Étude du contexte institutionnel. Élaboration des grilles de diagnostic. Analyse du fonctionnement organisationnel et managérial. Analyse de la qualité de la communication managériale. Rédaction du rapport d'études. 4 ECTS crédits	
M43C02	Webmarketing <i>Webmarketing</i>
Contenus : Les composantes et les enjeux du marketing sur le web (<i>webmarketing</i>). La présence sur le web (modèles directs et indirects). Les blogs. Le référencement naturel. L'analyse des visites. Le marketing mobile. La réglementation (en lien avec les enseignements de droit). 4 ECTS crédits	
M43C03	Communication numérique, référencement WEB <i>Digital Communication</i>
Contenus : Présentation des nouveaux outils de communication : réseaux sociaux en ligne et microblogage. Utilisation des outils de référencement, de veille et d'analyse d'audience internet. Mise en place d'une campagne de communication sur ces outils. 4 ECTS crédits	
M43P01	Stratégie marketing <i>Marketing Strategy</i>
Contenus : Les notions de stratégie, objectifs, métier, domaine d'activité stratégique (DAS)... Le diagnostic interne (chaîne de valeur). La segmentation stratégique. Le diagnostic externe (macro et micro environnements). L'analyse de l'attractivité et de la compétitivité des segments. Le choix d'une stratégie (matrices de portefeuille d'activité, options stratégiques de base, stratégies de croissance, stratégies concurrentielles). Les stratégies marketing. 4 ECTS crédits	

M43P02 Marketing direct et relation client

Direct Marketing And Customer Relations

Contenus : Le marketing relationnel. Définition et enjeux - Marketing transactionnel et marketing relationnel – Marketing one to one – La fidélisation. La gestion des fichiers & bases de données. Les problèmes éthiques du marketing direct. Les principaux outils du marketing direct : le mailing, le marketing téléphonique, l'e-mailing, les autres outils. La conduite d'une action de marketing direct. De la conception à l'évaluation de l'opération.

4 ECTS crédits

M43P03 Atelier recommandation

Recommendation Workshop

Contenus : La recommandation : analyse, stratégie de communication et stratégie des moyens. Etudes de cas. Briefs annonceurs. Note : ce module s'entend comme une synthèse des enseignements de communication et marketing en lien le cas échéant avec l'atelier créatif.

4 ECTS crédits

M43P04 Atelier créatif

Creative Workshop

Contenus : Répondre à un brief créatif. Faire des propositions créatives, les adapter et décliner. Production de supports de communication. Note : ce module s'entend comme une synthèse des cours créatifs (communication visuelle, création publicitaire et conception-rédaction).

4 ECTS crédits

M43P04 Atelier créatif : démarche créative

Creative Workshop: Production

Contenus : Contactez Mme Le Roy

4 ECTS crédits

M44C01C Analyse de l'actualité

News Analysis

Contenus : Analyse de la couverture informationnelle par différents supports. Connaissance de l'environnement journalistique : médias et journalisme. Comprendre les enjeux politiques, économiques et sociétaux contemporains.

4 ECTS crédits

M44C02C Communication culturelle

Cultural Communication

Contenus : Le couple culture et communication. Le concept de médiation culturelle. Le système culturel. L'économie mixte de la culture. La culture et ses publics.

Marketing des arts du spectacle vivant. Musées et leurs stratégies d'exposition.

4 ECTS crédits

M44C02C Communication publique : communication d'influence

Public Communication : Communication Of Influence

Contenus : Les étapes de la démarche stratégique en communication publique. Définition d'une stratégie de communication. Définir le positionnement de communication. Déterminer les cibles de communication.

Choisir les outils de communication adaptés à la stratégie. Établir un tableau de bord. Mettre en place une évaluation des actions de communication.

4 ECTS crédits

M44C03C Stratégie de communication digitale*Digital Communication Strategy*

Contenus : Internet, média de proximité et d'influence. Le marketing relationnel, 2.0 et instantané. Les blogs professionnels. Réseaux sociaux, influence et viralité. Identité numérique, *buzz* négatif (*bad buzz*) Commerce et objet connectés.

4 ECTS crédits

M44M01C Médiation et communication*Communication And Mediation*

Contenus : Être capable d'analyser une situation de communication et de mettre en place des outils de médiation adaptés. Mettre en place une politique de médiation et de communication. Animation. Médiation culturelle. Communication médias et hors-médias.

4 ECTS crédits

M44P02C Communication narrative*Storytelling*

Contenus : Apprendre à raconter une histoire dans une stratégie de communication. Etudier la structure de l'histoire, l'importance des mots et de la mise en scène. Connaître les valeurs et le territoire d'une marque. Les procédés narratifs. Comment « pitcher » une histoire pour la rendre attractive. La création d'un récit. La scénarisation.

4 ECTS crédits

M44P04C Stratégie de communication digitale*Digital Communication Strategy*

Contenus : Internet, média de proximité et d'influence. Le marketing relationnel, 2.0 et instantané. Les blogs professionnels. Réseaux sociaux, influence et viralité. Identité numérique, *buzz* négatif (*bad buzz*) Commerce et objet connectés.

4 ECTS crédits

M44P05C Communication événementielle*Events Communication*

Contenus : Typologie des événements. Les métiers de l'événementiel. Le concept événementiel. La production d'un événement.

4 ECTS crédits

M44P08C Management des communautés numériques*Digital Communication Management*

Contenus : Comprendre les règles, les méthodes et les objectifs d'animation d'une communauté digitale. Des intervenants extérieurs, acteurs en prise directe avec les usages et les marchés des médias sociaux (Orange, Le Bon Coin, Spicce, agent communication et réseaux sociaux de sportifs professionnels, Société Générale...) feront des interventions.

Animation et les modération – La dimension conversationnelle – l'Echange d'expériences – Le sentiment d'appartenance à une communauté – Le développement de l'image, de la notoriété – La création de contenus – La recherche d'informations et la veille.

4 ECTS crédits