

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.

Calendrier du second semestre 2021-2022, dates clés :

- Début des cours : le lundi 24 janvier 2022 matin.
- Vacances d'hiver : du lundi 28 février 2022 au samedi 5 mars 2022.
Pas de cours. Reprise des cours le lundi 7 mars 2022 matin.
- Stage en milieu professionnel : du lundi 4 avril 2022 au vendredi 6 mai 2022.
Pas de cours. Les étudiants ont la possibilité de réaliser un stage en milieu professionnel durant cette période. Reprise des cours le lundi 9 mai 2022 matin.
- Fin des cours : le samedi 11 juin 2022 matin.

L'offre de formation de Janvier à juin : Spring-summer 2021-2022



Marketing & Communication



Marketing & Advertising



Commun / Joint

Courses taught in ENGLISH

Courses highly recommended to all exchange students. Subject to availability of places.

French 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

Innovative Business And Communication Practices

Climate change and the digital revolution are the 2 major disruptive factors of the 21st century. In this context business and communication practices are changing. This module will introduce different economic models: the social and solidarity economy, the doughnut economy, reconomy, transition towns, the cooperative movement, local currencies. It will be based on some theory and case studies but also on field trips in Paris and the wider metropolitan area where students will meet entrepreneurs who have succeeded in defining business models tailored to the local territorial context. The innovation process will be analyzed through the paradigm of local ecosystems. Documenting the field trips will be part of the process. To conclude, students will present initiatives in their own countries.

4 ECTS crédits

Courses taught in FRENCH

Subject to availability of places

SAé IC-CC3-5-S02 Plan de communication

IC-CC3-5-S02 Communication Plan

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.

– 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).

Liste des ressources mobilisées et concernées :

- Plan de communication
- Comportement des consommateurs
- Méthodologie de gestion de projet
- Ateliers de pratique professionnelle

2 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.

Liste des ressources mobilisées et concernées :

- Audiovisuel spécifique
- Anglais
- Langue vivante 2

2 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.

Liste des ressources mobilisées et concernées :

- Droit – Droit du travail
- Economie générale
- Culture générale et humanités
- Langues vivantes (Anglais et LV2)
- Image et son

2 ECTS crédits

SAé IC-CT2-S04 Enquête sur des objets infocommunicationnels
IC-CT2-S04 Investigating Infocommunicational Objects

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.

Liste des ressources mobilisées et concernées :

- Culture générale et humanités
- SHS
- Culture numérique

2 ECTS crédits

SAé IC-CP3-S03 Réaliser une étude sur une marque
IC-CP3-S03 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.

Liste des ressources mobilisées et concernées :

- Comportement du consommateur
- Etude du marché / Marketing d'études
- Marketing fondamental / Stratégie de marque
- Analyse de données

2 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.

Liste des ressources mobilisées et concernées :

- Créativité
- Culture et tendances publicitaires
- Culture graphique et communication visuelle
- PAO
- Conception rédaction
- Web

2 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.

Liste des ressources mobilisées et concernées :

- Culture et tendances publicitaires
- Droit de la publicité
- Gestion de projet

2 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 **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.

Liste des SAé concernée.s : IC-CT1-S02, IC-CT2-S04

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.

Liste des SAé concernée.s : IC-CT1-2-S03

4 ECTS crédits

RESSOURCE	Droit – Droit du travail <i>Basics In Law And Labour Law</i>
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.	
Liste des SAé concernée.s : IC-CT1-2-S03	
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.	
Liste des SAé concernée.s : IC-CT1-2-S03, IC-CT2-S04	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	Projet personnel et professionnel <i>Personal Professional Project</i>
Contenus : Le projet personnel et professionnel permet à l'étudiant : – 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	

RESSOURCE	Anglais <i>Vocational English : Current affairs and public speaking</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.	
Liste des SAé concernée.s : IC-CT1-2-S03, IC-CC4-S02	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	Langue vivante 2 <i>2nd Language (German Or Spanish)</i>
<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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).</p> <p>Liste des SAé concernée.s : IC-CT1-2-S03, IC-CC4-S02</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	Expression écrite et orale <i>Written And Oral Expression</i>
<p>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).</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	Image et son <i>Audiovisual (level 1)</i>
<p>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.</p> <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 ». <p>Liste des SAé concernée.s : IC-CT1-2-S03</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	Culture numérique <i>Digital Culture</i>
<p>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.</p> <p>Liste des SAé concernée.s : IC-CT2-S04</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

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.

Liste des SAÉ concernée.s : IC-CC3-5-S02

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...

Liste des SAÉ concernée.s : IC-CC3-5-S02

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.

Liste des SAÉ concernée.s : IC-CP3-S02

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.

Liste des SAÉ concernée.s : IC-CP3-S02

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.

Liste des SAÉ concernée.s : IC-CP3-S02

4 ECTS crédits

RESSOURCE	Méthodologie de la gestion de projet <i>Project Management</i>
<p>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.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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) <p>Liste des SAÉ concernée.s : IC-CC3-5-S02</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	Création graphique <i>Graphic Design</i>
<p>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.).</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

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. – Dérusher 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>Liste des SAÉ concernée.s : IC-CC4-S02</p> <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>Liste des SAé concernée.s : IC-CP4-S02</p> <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). Approfondir le langage HTML et CSS.</p> <p>Liste des SAé concernée.s : IC-CP4-S02</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	Conception-rédaction <i>Copywriting</i>
<p>Contenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Liste des SAé concernée.s : IC-CP4-S02</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	Ateliers de pratique professionnelle <i>Practical Work</i>
<p>Contenus :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Analyse de situation dans un cahier des charges – Identification du problème à résoudre – Conception d'une ligne éditoriale – Planification de la mise en oeuvre <p>=> Participation aux activités et projets de l'agence junior de communication « Hélice ».</p> <p>Liste des SAé concernée.s : IC-CC3-5-S02</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

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 œuvre 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.

Liste des SAÉ concernée.s : IC-CP4-S02, IC-CP5-S02

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'ordonnancement : graphe Pert, diagramme de Gantt, iii) la documentation.

Liste des SAÉ concernée.s : IC-CP4-S02

4 ECTS crédits

RESSOURCE **Droit de la publicité**
Advertising Law

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.).

Liste des SAÉ concernée.s : IC-CP4-S02

4 ECTS crédits

M4102 **Anglais de la publicité**
English Of Advertising

Contenus : Contactez Mme Le Roy

4 ECTS crédits

M4102 **Projet tutoré**
Practical Work

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 2022 en mars 2022.

4 ECTS crédits

M43C01 **Gestion des ressources humaines**
Introduction To Human Resources

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*Webmarketing*

Contenus : Les composantes et les enjeux du marketing sur le web (*webmarketing*). 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*Digital Communication*

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*Marketing Strategy*

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