

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 Paris Cité
Département Information et Communication
143 avenue de Versailles 75016 PARIS
+33 1 76 53 48 52 / secretariat-infocom.iutparis-seine@u-paris.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 prévisionnel 2022-2023, dates clés :

- Début des cours du premier semestre : le lundi 12 septembre 2022 matin.
- Vacances d'automne : du lundi 31 octobre 2022 au samedi 5 novembre 2022.
Pas de cours. Reprise des cours le lundi 7 novembre 2022 matin.
- Vacances de fin d'année : du samedi 17 décembre 2022 au lundi 2 janvier 2023.
Pas de cours. Reprise des cours le mardi 3 janvier 2023 matin.
- Fin des cours : le samedi 14 janvier 2023 matin.

- Début des cours du second semestre : le lundi 23 janvier 2023 matin.
- Vacances d'hiver : du lundi 27 février 2023 au samedi 4 mars 2023.
Pas de cours. Reprise des cours le lundi 6 mars 2023 matin.
- Vacances de printemps : du lundi 24 avril 2023 au mardi 9 mai 2023.
Pas de cours. Reprise des cours le mercredi 10 mai 2023 matin..
- Fin des cours : le samedi 17 juin 2023 matin.

L'offre de formation de septembre à janvier : *Automne-Hiver 2022-2023*



Marketing & Communication



Marketing & Advertising



Commun / Joint

Cours hautement recommandés aux étudiants en échange :
Courses highly recommended to all Exchange students

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

Cours enseignés en ANGLAIS
En fonction des places disponibles

Innovative Business And Communication Models

Climate change and the digital revolution are 2 major disruptive factors of the 21st century. In this context business and communication practises are changing. This class 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 analysed through the paradigm of local ecosystems. Documenting the field trips is part of the process.

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 print 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 disrupted 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 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

Cours enseignés en FRANÇAIS

En fonction des places disponibles

SAÉ PORTFOLIO | Portfolio COMOR S1 PORTFOLIO | Portfolio COMOR S1

Objectifs et problématique professionnelle : Nommé parfois portefeuille de compétences ou passeport professionnel, le portfolio est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. En cela, il répond à l'ensemble des dimensions de la professionnalisation de l'étudiante ou de l'étudiant, de sa formation à son devenir en tant que professionnel.

Le portfolio soutient donc le développement des compétences et connaissances et l'individualisation du parcours de formation.

Descriptif : Plus spécifiquement, le portfolio offre la possibilité à l'étudiante ou l'étudiant d'engager une démarche de démonstration, de progression, d'évaluation et de valorisation des compétences et connaissances qu'il ou elle acquiert tout au long de son cursus.

Quels qu'en soient la forme, l'outil ou le support, le portfolio a pour objectif de permettre à l'étudiante ou à l'étudiant d'adopter une posture réflexive et critique vis-à-vis des compétences et connaissances acquises ou en voie d'acquisition.

2 ECTS crédits

SAÉ PORTFOLIO Portfolio PUB S1 PORTFOLIO Portfolio PUB S1

Objectifs et problématique professionnelle : Nommé parfois portefeuille de compétences ou passeport professionnel, le portfolio est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. En cela, il répond à l'ensemble des dimensions de la professionnalisation de l'étudiante ou de l'étudiant, de sa formation à son devenir en tant que professionnel.

Le portfolio soutient donc le développement des compétences et connaissances et l'individualisation du parcours de formation.

Descriptif : Plus spécifiquement, le portfolio offre la possibilité à l'étudiante ou l'étudiant d'engager une démarche de démonstration, de progression, d'évaluation et de valorisation des compétences et connaissances qu'il ou elle acquiert tout au long de son cursus.

Quels qu'en soient la forme, l'outil ou le support, le portfolio a pour objectif de permettre à l'étudiante ou à l'étudiant d'adopter une posture réflexive et critique vis-à-vis des compétences et connaissances acquises ou en voie d'acquisition.

2 ECTS crédits

SAÉ	SAE1.02 Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation SAE1.02 Conduct a Literature Review about an Organization
<p>Objectifs et problématique professionnelle : Il s'agit d'un travail d'étude courant dans la phase préparatoire à la conception d'un événement, d'une stratégie, d'un dispositif.</p> <p>Les étudiants 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.</p> <p>Descriptif : Les étudiants, seuls ou en groupe, décrivent formellement le fonctionnement et les parties prenantes d'une organisation (entreprise, institution, association,...), en s'aidant de concepts issus des sciences des organisations, de la sociologie ou d'autres disciplines SHS.</p> <p>Les étudiants doivent identifier, choisir, collecter et structurer les sources pertinentes pour documenter un phénomène, fonder la légitimité d'une proposition.</p> <p>Ils mettent en lumière les dispositifs d'information et de communication qui leur paraissent déterminants, évaluant leur pertinence ou leurs dysfonctionnements.</p> <p>Déclinaisons possibles : Synthèse bibliographique, Revue de presse, Fiche de lecture, Présentation orale, ...</p> <p>Liste des ressources mobilisées et combinées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - R1.01 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie... - R1.02 Histoire des médias - R1.04 Études des organisations - R1.05 Recherche d'information et veille <p>2 ECTS crédits</p>	

SAÉ	SAE1.03 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère) SAE1.03 Defend a Project Using a Presentation Document (french and foreign language)
<p>Objectifs et problématique professionnelle : Concevoir et produire des documents d'accompagnement au discours, en veillant à ce qu'ils soient dotés d'une identité graphique propre et homogène, conformément à l'usage professionnel lorsqu'on se trouve dans une action de conseil ou de médiation auprès d'une partie prenante.</p> <p>Apprendre à susciter l'intérêt lors d'un premier contact bref avec un partenaire potentiel, un employeur, un financeur, en respectant les exigences de la communication professionnelle : concision, clarté, impact.</p> <p>Descriptif : Pitch, poster, prises de parole sur le modèle des conférences TEDx, concours oratoire, Présentation sous forme de diaporama, Mini-site, blog, Motion design.</p> <p>Liste des ressources mobilisées et combinées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - R1.06 Anglais - R1.07 Langue vivante 2 - R1.08 Expression écrite et orale - R1.09 Publication assistée par ordinateur (PAO) - R1.10 Informatique - R1.11 Web <p>2 ECTS crédits</p>	

SAÉ	SAE1.04COM Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations SAE1.04COM Study and Compare the Communication Strategies of Two Organizations
<p>Objectifs et problématique professionnelle : Analyser les stratégies de communication de deux organisations dans une démarche de veille concurrentielle ou dans la phase d'audit.</p> <p>Faire la comparaison des stratégies de communication de deux organisations : 1/ Évoluant dans un même secteur ; 2/ Évoluant dans une même filière ; 3/ Aux statuts différents (organisations publique/privée, parapublique/publique, associative/privée...) ; 4/ Évoluant dans des aires géographiques différentes ; 5/ Issues d'un même groupe.</p> <p>Liste des ressources mobilisées et combinées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - R1.13COM Médias, usages et marchés - R1.14COM Organisations professionnelles - R1.15COM Communication des organisations - R1.16COM Méthodologie de gestion de projet <p>2 ECTS crédits</p>	

SAÉ	SAE1.04PUB Réaliser une analyse de marché
------------	--

SAE1.04PUB | Conducting a Market Analysis

Objectifs et problématique professionnelle : Dans le cadre du développement d'un nouveau produit / service d'une organisation fictive ou réelle, analyser les composantes du marché pour en évaluer les caractéristiques et valider la faisabilité du projet.

L'enseignant réunit des ressources documentaires de différentes nature et les met à disposition de l'étudiant. Celui-ci doit lire et repérer les caractéristiques de l'offre et de la demande pour le mettre en avant dans un compte rendu structuré.

L'objectif final est de déterminer si l'organisation se situe sur un marché propice au développement de son projet. Il s'agit d'un travail individuel, de préférence.

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R1.13PUB | Comportement des consommateurs
- R1.14PUB | Études de marché, Marketing d'études
- R1.15PUB | Marketing fondamental, Stratégie de marque

2 ECTS crédits

SAÉ SAE1.05COM | Concevoir et produire un cahier des tendances

SAE1.05COM | Designing and Producing a Trend Book

Objectifs et problématique professionnelle : Dans une démarche de veille ou pour préparer une commande (achat d'art, brief créatif), les étudiants se voient demander la production d'un cahier de tendances correspondant au domaine et à la demande exprimée par l'équipe pédagogique.

Les étudiants devront analyser la demande, identifier les sources potentielles où procéder à leur collecte de visuels, organiser leurs choix en rubriques (par ex : typographies, couleurs, motifs, matières, ...).

Le travail aboutit à un livrable, une véritable réalisation personnelle qui peut être montrée en entretien d'embauche. Cette SAé est un travail individuel, qui s'inscrit sur un temps long pour que les étudiants s'approprient l'exercice : on donnera par exemple les consignes en début de semestre pour un rendu à la fin du semestre (3 mois), avec un suivi régulier par les enseignants.

Descriptif : Déclinaisons possibles :

- tendances en design de logo/ergonomie/UX design, etc.
- tendances en communication éditoriale à partir d'une collecte de supports de communication d'annonceurs différents
- tendance sur les réseaux sociaux (storytelling, mèmes, social gaming, etc.)
- tendances audiovisuelles
- tendances graphiques

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R1.09 | Publication assistée par ordinateur (PAO)
- R1.17COM | Culture graphique

2 ECTS crédits

SAÉ SAE1.05PUB | Concevoir une identité graphique

SAE1.05PUB | Designing a Graphic Identity

Objectifs et problématique professionnelle : A partir d'un brief client réel ou fictif, en mobilisant des techniques de créativité, construire l'identité graphique d'une organisation.

Les étudiants de manière individuelle devront travailler en passant par une étape de créativité et de recherche de symboles, avant de passer à une étape d'exécution.

Ils mobiliseront leurs connaissances en techniques de créativité et produiront les livrables en usant des codes de communication et leur sens, tout en mobilisant les compétences acquises en PAO.

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R1.15PUB | Marketing fondamental, Stratégie de marque
- R1.16PUB | Art contemporain et créativité
- R1.17PUB | Culture et tendances publicitaires / Culture graphique

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE1.06COM | Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques**
SAE1.06COM | Use data to analyze audiences and their practices

Objectifs et problématique professionnelle : Le professionnel de la communication doit fonder ses choix stratégiques sur des études de parties prenantes basées sur des données quantitatives issues de sources internes ou externes.

Les étudiants sont invités à décrire des pratiques d'usagers ou de parties prenantes, en analysant des jeux de données produits par l'établissement ou des tiers (OpenData).

Ils auront à identifier la structuration des données, pour mettre au jour celles qui permettent de comprendre les processus qu'elles décrivent.

Ils seront attentifs aux régularités comme aux anomalies, et expliciteront sous forme écrite leur compréhension des phénomènes observés.

Liste d'exemples de SAÉ :

- Étude de données internes anonymisées (par exemple flux de candidatures à l'IUT) ;
- Étude de données externes (pratiques culturelles des Français, profils utilisateurs de plateformes type Airbnb, etc.).

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R1.14COM | Organisations professionnelles
- R1.18COM | Outils numériques de visualisation et infographie
- R1.19COM | Étude des publics et des marchés
- R1.20COM | Traitement des données

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE1.06PUB | Décrypter le brief d'un annonceur**
SAE1.06PUB | Deciphering an advertiser's brief

Objectifs et problématique professionnelle : La lecture et le décryptage d'un brief annonceur est une mission indispensable en agence pour répondre aux besoins de son client.

Il s'agit ici d'identifier les clés et la méthodologie pour lire et analyser un brief annonceur. Ce travail passe par plusieurs étapes.

– Le diagnostic de la communication antérieure et actuelle de l'annonceur,

– La compréhension et la mise en exergue des objectifs et des enjeux de la demande de l'annonceur.

Ce travail pourra être réalisé par équipe de quatre ou cinq étudiants. Ils s'organiseront en « junior agency » et, sur le mode d'un jeu de rôle, s'attribueront chacun un métier de la publicité.

L'évaluation pourra se composer d'un document de synthèse et d'un pitch accompagné, le cas échéant, d'un support de présentation.

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R1.17PUB | Culture et tendances publicitaires / Culture graphique
- R1.18PUB | Métiers et acteurs de la publicité
- R1.19PUB | Atelier Recommandation

2 ECTS crédits

RESSOURCE **R1.01 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...**
R1.01 | Humanities and Social Sciences: Sociology, Psychology, Anthropology...

Descriptif : 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 concernées :

- SAE1.02 | Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation

4 ECTS crédits

RESSOURCE	R1.02 Histoire des médias R1.02 Media History
<p>Descriptif : Ce cours vise à donner aux étudiants les fondements de l'histoire des médias français (presse-écrite, radio, télévision, internet) afin de saisir les enjeux infocommunicationnels du monde contemporain (C1). Ce cours doit permettre à l'étudiant de situer dans le temps les différents médias, leurs contextes d'émergence, leurs processus de transformation, contraintes éditoriales et techniques, afin de comprendre l'évolution des pratiques d'information et de communication actuelles.</p> <p>Pour le parcours communication des organisations, il permet en outre de se familiariser avec différents supports de communications dans le but d'élaborer un plan média.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <p>- SAE1.02 Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R1.03 Théories de l'information et de la communication R1.03 Information And Communication Theories
<p>Descriptif : Ce module présente les bases théoriques et conceptuelles nécessaires à une bonne appréhension des phénomènes d'information et de communication. Il permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.</p> <p>Cet enseignement permet aussi une première approche des méthodologies scientifiques indispensables à la compréhension du champ.</p> <p>Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R1.04 Études des organisations R1.04 Organization Studies
<p>Descriptif : Ce module présente les principales théories des organisations. Il s'agit d'amener les étudiants à comprendre les environnements économiques, le fonctionnement et les stratégies des organisations.</p> <p>Les étudiants seront amenés à identifier les parties prenantes et les partenaires des organisations, de repérer leurs stratégies globales et de connaître les enjeux de la responsabilité sociale des entreprises et des organisations (RSE / RSO).</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <p>- SAE1.02 Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R1.05 Recherche d'information et veille R1.05 Information search and monitoring
<p>Descriptif : Connaître le fonctionnement des outils de recherche et les méthodes pour mettre en place une stratégie de recherche et de collecte d'information, en adéquation avec les besoins informationnels de l'organisation.</p> <p>Il s'agit de mettre en place un questionnement préalable à une recherche d'information, de prendre en main les outils de recherche les plus courants, de repérer les sources pertinentes en fonction des objectifs informationnels, d'en définir la qualité et d'analyser les résultats obtenus en vue d'une restitution éclairée.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <p>- SAE1.02 Réaliser une synthèse documentaire à propos d'une organisation</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R1.06 Anglais R1.06 Vocational English: Current Affairs And Public Speaking
Descriptif : 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 concernées :	
- SAE1.03 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère) 4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.07 Langue vivante 2 R1.07 2nd Language (German Or Spanish)
Descriptif : 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).	
Liste des SAÉ concernées :	
- SAE1.03 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère) 4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.08 Expression écrite et orale R1.08 Written and oral expression
Descriptif : 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).	
Liste des SAÉ concernées :	
- SAE1.03 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère) 4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.09 Publication assistée par ordinateur (PAO) R1.09 Desktop Publishing (DTP)
Descriptif : Ce cours de Publication Assistée par Ordinateur vise à créer des documents destinés à l'impression ou au web.	
Les étudiants devront connaître la distinction entre images numériques bitmap et vectorielles, la notion de résolution, les modes colorimétriques, les formats de fichiers et les mises en forme de textes.	
Ils découvriront et aborderont de façon méthodique l'utilisation de logiciels de traitement et de retouche d'images (logiciel d'édition pour les images bitmap, logiciel d'illustration pour les images vectorielles, logiciel de mise en page).	
Liste des SAÉ concernées :	
- SAE1.03 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère) - SAE1.05COM Concevoir et produire un cahier des tendances 4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.10 Informatique R1.10 IT
Descriptif :	
<ul style="list-style-type: none"> – Produire des documents à contenu majoritairement textuel permettant de présenter et valoriser des informations (avec des logiciels de traitement de texte, de présentation, de carte conceptuelle, etc.) ; – Adapter des documents de tous types en fonction de l'usage envisagé ; – Maîtriser l'usage des licences pour permettre, faciliter et encadrer l'utilisation des applications et logiciels dans divers contextes. 	
Des ressources sur les compétences numériques sont disponibles sur https://pix.fr/	
Liste des SAÉ concernées :	
- SAE1.03 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.11 Web R1.11 Web
Descriptif : Les objectifs principaux de ce module sont de permettre aux étudiants de posséder les clés pour la conception d'outils web :	
<ul style="list-style-type: none"> – Créer un site web ou un blog à l'aide d'un CMS en ligne. – Créer une newsletter. – Utiliser une interface d'administration. – Intégrer des métadonnées dans tout média présent sur le site. – Mettre en place une surveillance des performances du site. – Découvrir les bases du référencement 	
Liste des SAÉ concernées :	
- SAE1.03 Défendre un projet à l'aide d'un document de présentation (français et langue étrangère)	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.12 Projet personnel et professionnel R1.12 Personal and professional project
Descriptif :	
<ul style="list-style-type: none"> - S'approprier la démarche PPP : connaissance de soi (intérêt, curiosité, aspirations, motivations), accompagner les étudiants dans la définition d'une stratégie personnelle permettant la réalisation du projet professionnel - S'approprier la formation - Découvrir les métiers et connaître le territoire - Se projeter dans un environnement professionnel 	
Le projet personnel et professionnel des semestres 1 et 2 de la première année de BUT 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 ciblées, 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	R1.13COM Médias, usages et marchés R1.13COM Media, uses and markets
Descriptif :	
<ul style="list-style-type: none"> – Identifier et différencier les secteurs et les marchés des médias, y compris numériques – Identifier les critères pour choisir les médias adaptés au message et aux objectifs de communication – S’interroger sur les publics des médias en fonction des destinataires B2B et/ou B2C visés – Comprendre le système de mesures d’audience et sa relation au marché publicitaire – S’initier au fonctionnement des agences médias et des régies (opérations spéciales) 	
Liste des SAÉ concernées :	
- SAE1.04COM Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.13PUB Comportement des consommateurs R1.13PUB Consumer behavior
Descriptif : 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 concernées :	
- SAE1.04PUB Réaliser une analyse de marché	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.14COM Organisations professionnelles R1.14COM Professional organizations
Descriptif : Le cours vise à familiariser les étudiants avec leur futur environnement professionnel, dont ils doivent pouvoir identifier les acteurs (entreprises, institutions, mais aussi organismes et associations professionnelles), la dynamique, les usages, notamment en matière de recrutement (marque employeur dans le privé comme dans le public).	
On leur présentera les différents modes d’exercices de leurs fonctions, dans les différents secteurs et structures, et on posera les bases d’une démarche de veille informationnelle sur l’actualité du secteur de la communication, des technologies de l’Information et de la Communication et de l’économie des médias, à l’échelle nationale et internationale.	
Liste des SAÉ concernées :	
- SAE1.04COM Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations	
- SAE1.06COM Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.14PUB Études de marché, Marketing d'études R1.14PUB Market research, Marketing research
Descriptif : Savoir différencier les diverses sources d’information, choisir la méthodologie adéquate à mettre en place pour :	
<ul style="list-style-type: none"> – rédiger un questionnaire, un guide d’entretien / animation ; – mobiliser 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 concernées :	
- SAE1.04PUB Réaliser une analyse de marché	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.15COM Communication des organisations R1.15COM Communication in organizations
<p>Descriptif : L'étudiant sera capable d'analyser la situation de communication, d'identifier les marqueurs-clés de chaque catégorie d'organisation, de questionner leur articulation, de proposer des outils d'information et de communication pertinents au regard du contexte et des objectifs de la communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Appréhender le champ de la communication des organisations – Identifier les principaux enjeux de communication liés aux différentes catégories – Appréhender les notions de communication interne et externe dans tout type d'organisation (publique, privée, associative). – Identifier les différents types de communication des organisations (institutionnelle, corporate, commerciale, de recrutement, interne, etc.) dans leurs contextes. – Identifier et distinguer les publics-cibles spécifiques à chaque catégorie – Identifier les différents outils d'information et de communication mobilisés dans les organisations <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE1.04COM Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R1.15PUB Marketing fondamental, Stratégie de marque R1.15PUB Fundamental marketing, Brand strategy
<p>Descriptif : Marketing fondamental : Définir le marketing et identifier ses évolutions. Comprendre la notion de marché et appréhender ses principaux outils d'analyse (MOFF ou SWOT, PESTEL...).</p> <p>Approfondir les concepts de segmentation, de ciblage et de positionnement. Envisager des leviers d'actions pour les politiques de produit, de prix, de distribution et de communication (dont copy stratégie).</p> <p>Stratégie de marque : Comprendre la notion de marque et les différents concepts associés (ADN, identité, image, positionnement...), son storytelling, son branding, identifier les niveaux et les outils d'analyse de la marque, envisager les grandes options stratégiques possibles...</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE1.04PUB Réaliser une analyse de marché - SAE1.05PUB Concevoir une identité graphique <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R1.16COM Méthodologie de gestion de projet R1.16COM Project management methodology
<p>Descriptif : 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).</p> <p>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 concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE1.04COM Etudier et comparer les stratégies de communication de deux organisations <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE **R1.16PUB | Art contemporain et créativité**
R1.16PUB | Contemporary art and creativity

Descriptif : L'objectif est de permettre de mieux appréhender et concevoir une production graphique destinée au secteur de la publicité, de la communication et des médias, en offrant une connaissance plus approfondie de la production artistique moderne et contemporaine.

Cette approche doit permettre de dresser un état des lieux, des clés et des repères, des productions de l'art contemporain, domaine qui reste parfois impénétrable et énigmatique mais qui est pourtant une source d'inspiration pour le monde publicitaire et les enjeux de communication, par sa diversité de formes, de styles, qui bousculent des notions fondamentales (du beau et du laid, de l'original et du ludique...).

L'objectif est aussi de présenter un ensemble de méthodes, techniques et mécanismes permettant l'expression de la créativité. Il s'agit de savoir utiliser les insights consommateur, définir les principaux modèles de créativité (par exemple le Creative Problem Solving) et appréhender les méthodes et les outils les plus utilisés (brainstorming, carte heuristique / mind mapping...).

Cette approche peut aussi aborder le principe structurel de la stratégie créative, telle qu'elle est pratiquée dans le domaine professionnel de la publicité.

Liste des SAÉ concernées :

- SAE1.05PUB | Concevoir une identité graphique

4 ECTS crédits

RESSOURCE **R1.17COM | Culture graphique**
R1.17COM | Graphic culture

Descriptif : Le cours « culture graphique » vise à doter les étudiants d'une culture de l'image et du design, par une approche à la fois historique et thématique (histoire de l'art, iconologie ou études visuelles) des grandes tendances et enjeux artistiques et culturels (y compris contemporains) sur lesquels s'appuyer afin de réaliser des supports de communication adéquats selon les situations professionnelles. Il prépare ainsi aux enseignements relevant du visuel (PAO, sémiologie, communication visuelle).

Liste des SAÉ concernées :

- SAE1.05COM | Concevoir et produire un cahier des tendances

4 ECTS crédits

RESSOURCE **R1.17PUB | Culture et tendances publicitaires / Culture graphique**
R1.17PUB | Advertising culture and trends / Graphic culture

Descriptif : 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.

L'objectif est aussi de comprendre les enjeux stratégiques de la communication visuelle en développant une culture graphique.

Les séances consisteront en une présentation des moyens théoriques, techniques et pratiques afin de permettre de donner une forme et du sens à une idée en maîtrisant le traitement graphique de l'image et les qualités expressives de la lettre.

Les codes de la communication visuelle et leurs sens seront abordés, au travers de l'histoire des caractères, des règles typographiques et éditoriales, de la perception des formes, des symboles, de la couleur, de l'espace et du temps, de la sémiologie de l'image (fixe ou animée).

Liste des SAÉ concernées :

- SAE1.05PUB | Concevoir une identité graphique

- SAE1.06PUB | Décrypter le brief d'un annonceur

4 ECTS crédits

RESSOURCE **R1.18COM | Outils numériques de visualisation et infographie**
R1.18COM | Digital visualiation and computer graphics tools

Descriptif : La ressource vise à sensibiliser les étudiants aux fondamentaux de la représentation de données :

- se familiariser avec les grandes notions statistiques (pourcentage, moyenne, écart-type, médiane...) afin de maîtriser l'usage fait des données,
- connaître les différents types de graphes accessibles pour choisir le plus adapté à l'objectif de communication,
- utiliser différents outils numériques de visualisation de données,
- éditorialiser les graphes et en améliorer l'aspect (retouche),
- être en mesure de justifier ses choix graphiques.

Liste des SAÉ concernées :

- SAE1.06COM | Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques
4 ECTS crédits

RESSOURCE **R1.18PUB | Métiers et acteurs de la publicité**
R1.18PUB | Advertising professions and players

Descriptif : Identifier, décrire et définir les différents acteurs qui régissent l'écosystème du marché publicitaire offline et online, leurs missions principales, leurs interactions et connexions : métiers, agences, annonceurs, régies, médias, places de marché, plateformes d'affiliation, etc.
Connaître les différents métiers généralistes et spécialistes de la publicité ainsi que les compétences et savoir-faire nécessaires pour chacun, ainsi que les pratiques associées aux enjeux qui les sous-tendent.

Liste des SAÉ concernées :

- SAE1.06PUB | Décrypter le brief d'un annonceur
4 ECTS crédits

RESSOURCE **R1.19COM | Étude des publics et des marchés**
R1.19COM | Audience and Market Research

Descriptif : La ressource invite à analyser la notion de public (voire de grand public), dans ses relations aux communautés et aux audiences, mais aussi de cible et de réception. On s'y intéressera également aux marchés et à leurs différentes segmentations.

Les étudiants se familiariseront avec la méthodologie d'une étude de publics (définition du sujet d'étude, benchmarking, choix des techniques d'enquête, mise en œuvre opérationnelle par exemple).

Liste des SAÉ concernées :

- SAE1.06COM | Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques
4 ECTS crédits

RESSOURCE **R1.19PUB | Atelier Recommandation**
R1.19PUB | Recommendation Workshop

Descriptif : Savoir lire un brief, le comprendre et s'en saisir.

Élaborer un diagnostic de communication antérieure.

Liste des SAÉ concernées :

- SAE1.06PUB | Décrypter le brief d'un annonceur
4 ECTS crédits

RESSOURCE	R1.20COM Traitement des données R1.20COM Data Processing
Descriptif :	
<ul style="list-style-type: none"> – Appliquer des traitements à des données pour les analyser et les interpréter avec un tableur, – Présenter les différents types, les principaux usages et les fondamentaux d'une base de données (types de données, clef primaire, relations...), – Créer une base de données relationnelle (concevoir la structure, créer des tables, remplir des tables) et formuler des requêtes simples, – Interpréter, synthétiser et présenter les données collectées dans une base de données, <p>Ce cours est prolongé par « Outils numériques de visualisation et infographie ».</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE1.06COM Exploiter des données pour analyser des publics et leurs pratiques <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R1.20PUB Gestion de projet R1.20PUB Project Management
Descriptif : Maîtriser les principes de base de la gestion de projet à savoir la démarche projet, les acteurs de la gestion de projet (le maître d'ouvrage ou commanditaire, le maître d'œuvre, les sous-traitants, le comité de pilotage, etc.), l'équipe projet (répartition des rôles et management) et le cahier des charges (analyse et compréhension des besoins du client).	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R1.21COM Écrit et oral spécifiques R1.21COM Specific writing and speaking
Descriptif : Le cours accompagne les étudiants dans la valorisation de leurs présentations. À l'aide de méthodes, d'outils et de formats spécifiques, les étudiants sont amenés à se présenter et à présenter leurs projets à l'oral en français et en langue vivante, dans un objectif de conviction. Au-delà de l'expression, il s'agit d'apprendre à susciter l'intérêt et à retenir l'attention du public visé, en travaillant le dynamisme, la concision et la justesse des formulations.	
4 ECTS crédits	

SAÉ et Ressources de Deuxième année

SAÉ	PORTFOLIO Portfolio COMOR S3 PORTFOLIO Portfolio COMOR S3
Objectifs et problématique professionnelle : Organisé autour des productions issues des SAé, le portfolio en présente la part imputable à l'étudiant, tout en expliquant le cheminement qui a permis ces réalisations (quels savoirs, quelles expériences issues de cours ou de stages, ont été mis à profit, suivant quels processus, avec quel résultat).	
Descriptif : Exercice individuel réalisé en relation avec les enseignants notamment de PPP, le portfolio permet à l'étudiant de présenter ses travaux tout en faisant un retour sur ses processus d'apprentissage.	
Liste des ressources mobilisées et combinées :	
<ul style="list-style-type: none"> - R3.01 Théories de l'information et de la communication - R3.02 Linguistique Sémiologie - R3.03 Culture numérique - R3.07 Projet Personnel et Professionnel - R3.09COM Design graphique et audiovisuel - R3.09COM Communication événementielle et gestion de projet opérationnel - R3.10COM Marketing / Webmarketing - R3.11COM Communication interne <p>2 ECTS crédits</p>	

SAÉ **PORTFOLIO | Portfolio PUB S3**
PORTFOLIO | Portfolio PUB S3

Objectifs et problématique professionnelle : voir Mme Le Roy

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R3.08PUB | Stratégie marketing / Branding
- R3.09PUB | Marketing opérationnel / Webmarketing
- R3.10PUB | Atelier de création
- R3.11PUB | Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)
- R3.12PUB | Stratégie de communication
- R3.13PUB | Stratégie des moyens / Social media
- R3.14PUB | Gestion d'un projet de communication

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE3.02COM | Concevoir un événement**
SAE3.02COM | Designing an event

Objectifs et problématique professionnelle : En agence comme en entreprise, l'événementiel est un outil phare pour fédérer des équipes ou un public. Sa conception associe stratégie, logistique et gestion d'équipes. Ses déclinaisons variées (symposium, table-ronde, soirée...) permettent de s'adapter aux cultures d'entreprise comme aux contraintes matérielles et humaines.

Descriptif : Par groupe, les étudiants conçoivent et organisent un événement impliquant un public, s'insérant dans une stratégie de communication. Ils en définissent les objectifs, imaginent le format en tenant compte des contraintes y compris juridiques, en planifient le déroulement (y compris les invitations, la logistique, la gestion des flux sur le site le cas échéant) et la communication sociale, avant, pendant et après l'événement. L'événement peut répondre à la demande d'un tiers, ou être à l'initiative des étudiants. Exemples d'application : 1/ Soirée d'anciens ; 2/ Événement de remise de diplômes ; 3/ Organisation d'un challenge ; 4/ Visite pour étudiants étrangers ; 5/ Organisation de conférences...

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R3.08COM | Design graphique et audiovisuel
- R3.09COM | Communication événementielle et gestion de projet opérationnel

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE3.02PUB | Étudier une marque (Training)**
SAE3.02PUB | Study a brand (Training)

Objectifs et problématique professionnelle : voir Mme Le Roy

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R3.08PUB | Stratégie marketing / Branding
- R3.09PUB | Marketing opérationnel / Webmarketing

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE3.03COM | Réaliser une recommandation**
SAE3.03COM | Making a recommendation

Objectifs et problématique professionnelle : La conception d'une stratégie de communication à partir d'un audit de l'existant, de la problématique, et du positionnement de la concurrence est l'action clé de tout acteur de la communication, chez l'annonceur comme en agence, en communication externe et interne.

Les étudiants devront : 1/ Dépasser la méthodologie découverte en première année pour travailler plus finement la problématique du commanditaire, en particulier dans des contextes complexes (communication interne, réseau, institutionnelle, BtoB...); 2/ Construire personnellement les éléments du diagnostic (entretiens, dans certains cas, visite); 3/ Réaliser une étude de marché précise et argumentée; 4/ Pouvoir définir une stratégie des moyens qui opère des choix clairs et argumentés, qui articule et hiérarchise les moyens en fonction de la problématique identifiée; 5/ Appréhender la relation client/donneur d'ordre sur un cas réel.

Descriptif : En réponse à un brief client (externe ou émanant de l'IUT ou de l'université), les étudiants s'organisent en équipe projet pour analyser la demande du client, en évaluer la pertinence, étudier son positionnement et ses besoins, et proposer une recommandation stratégique incluant une stratégie des moyens.

Cette SAÉ approfondit le travail fait en première année, en s'appuyant sur des problématiques communicationnelles plus complexes, et en y ajoutant l'enjeu de la relation client/donneur d'ordre. Elle prépare l'étape suivante, celle de la mise en compétition au S4.

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R3.10COM | Marketing / Webmarketing
- R3.11COM | Communication interne

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE3.03PUB | Réaliser une stratégie de communication (Training)**
SAE3.03PUB | Implementing a communication strategy (Training)

Objectifs et problématique professionnelle : voir Mme Le Roy

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R3.12PUB | Stratégie de communication
- R3.13PUB | Stratégie des moyens / Social media
- R3.14PUB | Gestion d'un projet de communication

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE3.04COM | Projet éditorial transmedia**
SAE3.04COM | Transmedia editorial project

Objectifs et problématique professionnelle : Cette SAÉ est une initiation aux enjeux et aux outils qu'un responsable de stratégie éditoriale ou de brand content doit maîtriser. Elle vise à dépasser le registre des différents supports, pour penser et mettre en œuvre le déploiement d'un projet sur l'édition papier et numérique, simultanément ou de façon séquencée. Les étudiants y renforceront leur connaissance des spécificités des différents médias et publics, tout en apprenant à jouer de ces spécificités pour transposer ou prolonger un objet en dehors de son univers initial, en conservant l'identité.

Descriptif : Les étudiants seront chargés de concevoir un dispositif de communication hybridant des modalités physiques et numériques, dans le contexte d'une exploitation et déclinaison d'un objet de communication existant, développement transmédia, transmédia storytelling, brand content...

Il peut s'agir de : 1/ Complémenter ou transposer vers le numérique un objet éditorial physique (ex : un journal); 2/ Déployer un univers narratif existant sur un nouveau média; 3/ Exploiter en mode papier des ressources produites par d'autres médias (podcast enrichi par les usagers et devenant magazine).

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R3.03 | Culture numérique
- R3.08COM | Design graphique et audiovisuel
- R3.09COM | Communication événementielle et gestion de projet opérationnel

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE3.04PUB | Concevoir une création publicitaire (Training)**
SAE3.04PUB | Designing Advertising (Training)

Objectifs et problématique professionnelle : voir Mme Le Roy

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R3.10PUB | Atelier de création
- R3.11PUB | Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web)

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE3.05COM | Création**
SAE3.05COM | Creation

Objectifs et problématique professionnelle : Cette SAÉ se focalise sur les problématiques rencontrées par le conseil en communication auprès de start-ups ou de futurs créateurs d'entreprise. Elle doit : 1/ Faire prendre conscience des relations entre un produit/une marque et sa communication, en donnant l'initiative aux étudiants de créer les deux ; 2/ Exploiter la créativité des étudiants (idéation, design thinking) ; 3/ Associer innovation et communication.

Descriptif : Cette SAÉ associe création et communication autour de la production : elle permet d'envisager la création dans sa dimension communicationnelle. Les étudiants sont invités à créer un objet ou un service innovant (ce peut être un objet matériel, un support médiatique), et à concevoir la stratégie et les supports de lancement de cet objet ou service, dont il faut imaginer l'univers de marque comme les vecteurs de sensibilisation de publics potentiels.

L'objet central peut être réel ou théorique (prototype), dans un contexte marchand comme non marchand.

Cette SAÉ peut être associée à la SAÉ « Concevoir un événement » dans le cas de l'organisation d'un Hackathon (imaginer collectivement des produits et services), et être poursuivie par la SAÉ « Création d'entreprise et d'association » au S4.

Déclinaisons possibles : 1/ Produit fil rouge ; 2/ Communication (fictive) pour une marque ancienne de type « belle endormie » ; 3/ Agence junior...

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R3.08COM | Design graphique et audiovisuel
- R3.09COM | Communication événementielle et gestion de projet opérationnel

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE3.05PUB | Projet de communication publicitaire Niveau 1**
SAE3.05PUB | Advertising communication project Level 1

Objectifs et problématique professionnelle : voir Mme Le Roy

Descriptif : voir Mme Le Roy

2 ECTS crédits

RESSOURCE **R3.01 | Théories de l'information et de la communication**
R3.01 | Information and Communication Theories

Descriptif : Ce module présente les bases théoriques et conceptuelles nécessaires à une bonne appréhension des phénomènes d'information et de communication. Il permet à la fois d'en saisir les enjeux humains et sociaux, d'en mettre en question les grandes idéologies, et d'approcher de façon distanciée le travail des acteurs (en particulier professionnels) de la communication.

Cet enseignement permet aussi une approche approfondie des méthodologies scientifiques indispensables à la compréhension du champ.

Les phénomènes de communication sont ainsi observés dans une perspective critique, au croisement de la sociologie, de l'ethnologie, de la linguistique, de la philosophie, de la sémiologie, depuis les grands modèles linéaires et déterministes jusqu'aux approches constructivistes et sémiologiques.

Liste des SAÉ concernées :

- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S3

4 ECTS crédits

RESSOURCE	R3.02 Linguistique, Sémiologie R3.02 Linguistics, Semiology
<p>Descriptif : Il s'agira pour l'étudiant de percevoir l'omniprésence des signes et le rôle des codes et des situations dans les phénomènes interprétatifs, de connaître les fonctions du langage et quelques concepts essentiels (dénotation/connotation, explicite/implicite, etc.) pour être à même d'analyser et de concevoir des textes hybrides ou complexes, savoir analyser une image pour en déterminer la construction, le sens, l'efficacité rhétorique.</p> <p>On réfléchira au statut de l'image dans la société et à ses fonctions au sein des dispositifs de communication en s'appuyant sur les notions fondamentales en sémiologie (courants, écoles, théories). L'étudiant sera capable de rendre compte de sa perception des images (fixes ou animées) et de proposer une analyse du sens des images fixes et animées.</p> <p>Situer le sens d'une image (fixe et animée) par rapport à un contexte socio-économique (production et réception) et concevoir les éléments nécessaires à l'élaboration d'une communication par l'image.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S3 <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R3.03 Culture numérique R3.03 Digital Literacy
<p>Descriptif : La numérisation est le vecteur d'une reconfiguration qui est loin d'avoir épuisé tous ses effets, et dessine déjà un nouveau paysage qui appelle quelques clés d'analyse ou de décryptage.</p> <p>Le cours vise à mieux comprendre et cerner la mutation des industries culturelles et de la communication et questionne notamment l'influence des plateformes numériques et de nouveaux intermédiaires (infomédiaires) sur la production et la circulation des contenus informationnels et culturels.</p> <p>En abordant la question des données personnelles et des algorithmes dans le champ des médias et de la communication, cet enseignement vise à susciter l'éveil critique des étudiants par rapport aux discours qui accompagnent le développement de ces intermédiaires (Facebook, TikTok, Youtube, Twitch, Apple News...) devenus incontournables.</p> <p>Il s'agit ainsi de comprendre les logiques à l'œuvre, de cerner le contexte, d'identifier les acteurs et d'analyser les enjeux.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S3 - SAE3.04COM Projet éditorial transmédia <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R3.04 Anglais R3.04 Vocational English: Current Affairs And Public Speaking
<p>Descriptif : 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 permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.</p> <p>Il d'agira de s'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...).</p> <p>On s'attachera également à faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger.</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R3.05 Langue vivante 2 R3.05 2nd Language (German Or Spanish)
<p>Descriptif : Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible 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, ici principalement dans les environnements professionnels relatifs aux métiers visés par les parcours. On s'attachera au développement chez l'étudiant de la maîtrise du vocabulaire professionnel. On s'appuiera 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. Il s'agit ici principalement d'acquérir du vocabulaire spécifique et de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R3.06 Expression écrite et orale R3.06 Written and oral expression
<p>Descriptif : Il s'agira de maîtriser les règles de l'écriture professionnelle sur des écrits complexes et hybrides. L'étudiant doit comprendre et savoir appliquer les codes de l'écriture professionnelle relativement aux métiers visés par le parcours.</p> <p>Il faudra prendre en compte les spécificités des supports pour adapter l'écriture (exemple : écriture pour le web : conception rédactionnelle d'un site, newsletter...).</p> <p>Concernant les compétences relatives aux situations orales on s'attachera à la maîtrise des techniques d'argumentation, de négociation et d'animation de réunions.</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R3.07 Projet Personnel et Professionnel R3.07 Personal and professional project
<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours. - Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser - Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel. - Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S3 <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R3.08COM Design graphique et audiovisuel R3.08COM Graphic and audiovisual design
<p>Descriptif : Dans la continuité des ressources du BUT 1 en graphisme et en audiovisuel, les étudiantes et les étudiants répondront de façon méthodique à un cahier des charges sur la base de connaissances techniques, professionnelles et culturelles.</p> <p>L'utilisation de logiciels spécialisés donnera lieu à une activité de conception et de production d'une communication visuelle combinant image et texte ou d'une communication audiovisuelle combinant image et son.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S3 - SAE3.02COM Concevoir un événement - SAE3.04COM Projet éditorial transmédia - SAE3.05COM Création <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE R3.08PUB | Stratégie marketing / Branding
R3.08PUB | Marketing Strategy / Branding

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des SAÉ concernées :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3
- SAE3.02PUB | Étudier une marque (Training)

4 ECTS crédits

RESSOURCE R3.09COM | Communication événementielle et gestion de projet opérationnel
R3.09COM | Event communication and operational project management

Descriptif : L'objectif est de permettre l'accompagnement d'une proposition de projets et d'assister le montage des événements (puis le suivi) auprès de cibles auxquelles l'entité, quelle qu'elle soit, souhaite s'adresser pour ensuite les atteindre directement et les fidéliser.

Pour cela, cette ressource apporte des connaissances sur les points suivants :

- identification de la cible
- veille des tendances
- identification des prestataires et leur offre
- établissement du cahier des charges
- conformité de l'environnement administratif et juridique de l'évènement
- « Road book » (ou « déroulé » ou « feuille de route ») de l'évènement
- Établissement de budget d'exploitation simplifié
- Mise en oeuvre des phases de réalisation de l'évènement dans le respect la feuille de route pré établie
- gestion d'équipe
- Détermination des KPI
- Débriefing de l'organisation de l'évènement

Liste des SAÉ concernées :

- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S3
- SAE3.02COM | Concevoir un événement
- SAE3.04COM | Projet éditorial transmedia
- SAE3.05COM | Création

4 ECTS crédits

RESSOURCE R3.09PUB | Marketing opérationnel / Webmarketing
R3.09PUB | Operational marketing / Webmarketing

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des SAÉ concernées :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S3
- SAE3.02PUB | Étudier une marque (Training)

4 ECTS crédits

RESSOURCE	R3.10COM Marketing / Webmarketing R3.10COM Marketing / Webmarketing
<p>Descriptif : L'étudiant sera capable d'analyser un marché et son environnement pour identifier une démarche marketing adaptée aux enjeux commerciaux l'entreprise. Dans un contexte de web marketing il saura mettre en place les outils adaptés pour atteindre les objectifs de l'organisation.</p> <p>Il saura :</p> <ul style="list-style-type: none"> - mettre en place une méthodologie adaptée et réaliser une étude de marché - poser un diagnostic marketing - proposer une stratégie marketing en utilisant les concepts de segmentation, ciblage et positionnement - décliner la stratégie dans un plan de marchéage (marketing mix) cohérent en utilisant les 4 leviers : produit, prix, distribution et communication. - décliner la stratégie marketing dans une optique de web marketing pour atteindre les objectifs en utilisant la méthode SMART. - proposer des outils de communication commerciale qui passent par les canaux digitaux dans une dynamique d'inbound marketing (marketing entrant). - proposer des contenus attractifs pour attirer le client potentiel (content marketing), tels que Infographies, webinars, vidéos, ebooks, photos, posts réseaux sociaux, newsletters ... <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S3 - SAE3.03COM Réaliser une recommandation <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R3.10PUB Atelier de création R3.10PUB Creation workshop
<p>Descriptif : voir Mme Le Roy</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio PUB S3 - SAE3.04PUB Concevoir une création publicitaire (Training) <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R3.11COM Communication interne R3.11COM Internal communication
<p>Descriptif : Ce module vise à présenter l'état de la communication interne (compétences attendues, professionnalisation, évolutions du secteur) tout en développant ses enjeux actuels pour une organisation. Il permettra également d'aborder les techniques et outils de communication interne en contextualisant leur usage dans une stratégie plus globale formalisée dans un plan de communication interne dont la mise en œuvre peut être abordée en contexte de fonctionnement habituel ou de crise.</p> <p>Il permettra enfin de mettre en lumière les points de convergence mais également les tensions et nécessaires ponts entre communication interne et externe, entre communication interne et management de manière plus globale.</p> <p>A la fin de ce module, l'étudiant doit notamment être en mesure :</p> <ul style="list-style-type: none"> - d'identifier différentes situations internes nécessitant la mise en œuvre d'une stratégie de communication interne ; - d'analyser des problématiques de communication internes en contexte de crise ou non ; - de différencier les outils choisis par rapport aux publics et aux cibles visés ; - de mettre en œuvre une stratégie de communication interne répondant à un objectif spécifique. <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S3 - SAE3.03COM Réaliser une recommandation <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R3.11PUB Image et Web (niveau 2, AV, PAO, Web) R3.11PUB Image and Web (level 2, AV, DTP, Web)
Descriptif : voir Mme Le Roy	
Liste des SAÉ concernées :	
- PORTFOLIO Portfolio PUB S3	
- SAE3.04PUB Concevoir une création publicitaire (Training)	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R3.12PUB Stratégie de communication R3.12PUB Communication strategy
Descriptif : voir Mme Le Roy	
Liste des SAÉ concernées :	
- PORTFOLIO Portfolio PUB S3	
- SAE3.03PUB Réaliser une stratégie de communication (Training)	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R3.13PUB Stratégie des moyens / Social media R3.13PUB Media strategy / Social media
Descriptif : voir Mme Le Roy	
Liste des SAÉ concernées :	
- PORTFOLIO Portfolio PUB S3	
- SAE3.03PUB Réaliser une stratégie de communication (Training)	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R3.14PUB Gestion d'un projet de communication R3.14PUB Managing of a communication project
Descriptif : voir Mme Le Roy	
Liste des SAÉ concernées :	
- PORTFOLIO Portfolio PUB S3	
- SAE3.03PUB Réaliser une stratégie de communication (Training)	
4 ECTS crédits	

L'offre de formation de Janvier à juin :
Printemps-été 2022-2023



Marketing & Communication



Marketing & Advertising



Commun / Joint

Cours hautement recommandés aux étudiants en échange :
Courses highly recommended to all Exchange students

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 Models

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

Cours enseignés en FRANCAIS

En fonction des places disponibles

SAÉ PORTFOLIO | Portfolio COMOR S2 PORTFOLIO | Portfolio COMOR S2

Objectifs et problématique professionnelle : Nommé parfois portefeuille de compétences ou passeport professionnel, le portfolio est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. En cela, il répond à l'ensemble des dimensions de la professionnalisation de l'étudiante ou de l'étudiant, de sa formation à son devenir en tant que professionnel.

Le portfolio soutient donc le développement des compétences et connaissances et l'individualisation du parcours de formation.

Descriptif : Plus spécifiquement, le portfolio offre la possibilité à l'étudiante ou l'étudiant d'engager une démarche de démonstration, de progression, d'évaluation et de valorisation des compétences et connaissances qu'il ou elle acquiert tout au long de son cursus.

Quels qu'en soient la forme, l'outil ou le support, le portfolio a pour objectif de permettre à l'étudiante ou à l'étudiant d'adopter une posture réflexive et critique vis-à-vis des compétences et connaissances acquises ou en voie d'acquisition.

2 ECTS crédits

SAÉ PORTFOLIO | Portfolio PUB S2 PORTFOLIO | Portfolio PUB S2

Objectifs et problématique professionnelle : Nommé parfois portefeuille de compétences ou passeport professionnel, le portfolio est un point de connexion entre le monde universitaire et le monde socio-économique. En cela, il répond à l'ensemble des dimensions de la professionnalisation de l'étudiante ou de l'étudiant, de sa formation à son devenir en tant que professionnel.

Le portfolio soutient donc le développement des compétences et connaissances et l'individualisation du parcours de formation.

Descriptif : Plus spécifiquement, le portfolio offre la possibilité à l'étudiante ou l'étudiant d'engager une démarche de démonstration, de progression, d'évaluation et de valorisation des compétences et connaissances qu'il ou elle acquiert tout au long de son cursus.

Quels qu'en soient la forme, l'outil ou le support, le portfolio a pour objectif de permettre à l'étudiante ou à l'étudiant d'adopter une posture réflexive et critique vis-à-vis des compétences et connaissances acquises ou en voie d'acquisition.

2 ECTS crédits

SAÉ STAGECOMOR | Stage COMOR S2
STAGECOMOR | Internship

Objectifs et problématique professionnelle : Le stage de 2 à 4 semaines vise à permettre à l'étudiant de : 1/ ancrer les apprentissages, qu'on entende par-là la compréhension des dynamiques structurant les organisations, et en leur sein, les processus d'information-communication, ou encore la compréhension des missions assignées aux différents acteurs ; 2/ exécuter dans un environnement réel des tâches simples de production ; 3/ observer les politiques et stratégies au sein desquelles s'insèrent ses contributions ponctuelles ; 4/ apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles ; 5/ faire évoluer, en l'affinant, son projet professionnel.

Descriptif : Types de livrable : Écrits - Rapport de stage, Fiche métier en lien avec l'activité commerciale, Carnet de bord, rapport d'étonnement, Possibilité de soutenance orale, Preuves d'action sur le Portfolio.

4 ECTS crédits

SAÉ STAGEPUB | Stage PUB S2
STAGEPUB | Internship

Objectifs et problématique professionnelle : Le stage de 2 à 4 semaines vise à permettre à l'étudiant de :

1. ancrer les apprentissages, qu'on entende par là la compréhension des dynamiques structurant les organisations, et en leur sein, les processus d'information-communication, ou encore la compréhension des missions assignées aux différents acteurs,
2. exécuter dans un environnement réel des tâches simples de production,
3. observer les politiques et stratégies au sein desquelles s'insèrent ses contributions ponctuelles,
4. apprendre à ajuster ses comportements aux contextes et situations professionnelles,
5. faire évoluer, en l'affinant, son projet professionnel.

Descriptif : Types de livrable : Écrits - Rapport de stage, Fiche métier en lien avec l'activité commerciale, Carnet de bord, rapport d'étonnement, Possibilité de soutenance orale, Preuves d'action sur le Portfolio.

4 ECTS crédits

SAÉ SAE2.03 | Étude d'une organisation
SAE2.03 | Organizational Design

Objectifs et problématique professionnelle : 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.

Descriptif : 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 combinées :

- R2.01 | Économie générale
- R2.02 | Droit - Droit du travail
- R2.05 | Anglais
- R2.06 | Langue vivante 2
- R2.08 | Image et son

2 ECTS crédits

SAÉ SAE2.04 | Enquête sur des objets infocommunicationnels
SAE2.04 | Investigation of infocommunicational objects

Objectifs et problématique professionnelle : 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.

Descriptif : Livrables possibles : Rapport, Présentation orale, Mini site, Infographie, Poster.

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R2.03 | SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie...
- R2.04 | Culture générale et humanités
- R2.09 | Culture numérique

2 ECTS crédits

SAÉ SAE2.05COM | Plan de communication
SAE2.05COM | Communication Plan

Objectifs et problématique professionnelle : 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 combinées :

- R2.11COM | Plan de communication
- R2.12COM | Comportement des consommateurs
- R2.15COM | Ateliers de pratique professionnelle
- R2.16COM | Méthodologie de gestion de projet

2 ECTS crédits

SAÉ SAE2.05PUB | Réaliser une étude sur une marque
SAE2.05PUB | Conducting a brand study

Objectifs et problématique professionnelle : 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 de préférence par groupes.

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

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R2.11PUB | Comportement des consommateurs / Analyse des données
- R2.12PUB | Études de marché, Marketing d'études

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE2.06COM | Production : chronique audiovisuelle**
SAE2.06COM | Production: audiovisual chronicle

Objectifs et problématique professionnelle : 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.

Descriptif : Podcast, chronique audio, vidéo courte, reportage bref.

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R2.05 | Anglais
- R2.06 | Langue vivante 2
- R2.08 | Image et son
- R2.14Com | Audiovisuel spécifique

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE2.06PUB | Étude publicitaire**
SAE2.06PUB | Advertising Study

Objectifs et problématique professionnelle : 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 développent les deux phases suivantes.

– 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 combinées :

- R2.15PUB | Culture et tendances publicitaires
- R2.16PUB | Droit de la publicité
- R2.17PUB | Gestion de projet

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE2.07PUB | Raconter ou convaincre par l'image**
SAE2.07PUB | Telling or convincing through images

Descriptif : 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 combinées :

- R2.13PUB | Conception rédaction
- R2.14PUB | Image et web
- R2.15PUB | Culture et tendances publicitaires

2 ECTS crédits

RESSOURCE	R2.01 Économie générale R2.01 Basics In Economy
<p>Descriptif : 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...</p> <p>Cet enseignement permettra de donner les outils pour comprendre l'actualité économique et l'environnement dans lequel les organisations développent leurs activités.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <p>- SAE2.03 Étude d'une organisation</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.02 Droit - Droit du travail R2.02 Basics In Law And Labour Law
<p>Descriptif : 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.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <p>- SAE2.03 Étude d'une organisation</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.03 SHS : Sociologie, Psychologie, Anthropologie, Ethnologie, Philosophie... R2.03 Humanities and Social Sciences: Sociology, Psychology, Anthropology...
<p>Descriptif : 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...</p> <p>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.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <p>- SAE2.04 Enquête sur des objets infocommunicationnels</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.04 Culture générale et humanités R2.04 General culture and humanities
<p>Descriptif : 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.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <p>- SAE2.04 Enquête sur des objets infocommunicationnels</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.05 Anglais R2.05 Vocational English : Current affairs and public speaking
<p>Descriptif : 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.</p> <p>Liste des SAÉ concernée.s :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE2.03 Étude d'une organisation - SAE2.06COM Production : chronique audiovisuelle <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.06 Langue vivante 2 R2.06 2nd Language (German Or Spanish)
<p>Descriptif : 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 concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE2.03 Étude d'une organisation - SAE2.06COM Production : chronique audiovisuelle <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.07 Expression écrite et orale R2.07 Written and oral expression
<p>Descriptif : 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	R2.08 Image et son R2.08 Image and Sound (level 1)
<p>Descriptif : 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 concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE2.03 Étude d'une organisation - SAE2.06COM Production : chronique audiovisuelle <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.09 Culture numérique R2.09 Digital Literacy
<p>Descriptif : 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.</p> <p>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 concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE2.04 Enquête sur des objets infocommunicationnels <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.10 Projet personnel et professionnel R2.10 Personal and professional project
<p>Descriptif : Le projet personnel et professionnel permet à l'étudiant :</p> <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. <p>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.</p> <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.11COM Plan de communication R2.11COM Communication plan
<p>Descriptif : 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.</p> <p>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.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE2.05COM Plan de communication <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.11PUB Comportement des consommateurs / Analyse des données R2.11PUB Consumer behavior / Data analysis
<p>Descriptif : 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. 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.</p> <p>Liste des SAÉ concernées : - SAE2.05PUB Réaliser une étude sur une marque 4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.12COM Comportement des consommateurs R2.12COM Consumer behavior
<p>Descriptif : 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...</p> <p>Liste des SAÉ concernées : - SAE2.05COM Plan de communication 4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.12PUB Études de marché, Marketing d'études R2.12PUB Market Research, Marketing Research
<p>Descriptif : Savoir différencier les diverses sources d'information, choisir la méthodologie adéquate à mettre en place pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> – rédiger un questionnaire, un guide d'entretien / animation ; – mobiliser des techniques projectives ; – identifier les différents biais, définir un échantillon, choisir le mode d'administration... <p>Savoir implémenter une technique de veille sur un sujet d'intérêt.</p> <p>Liste des SAÉ concernées : - SAE2.05PUB Réaliser une étude sur une marque 4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.13COM Création graphique R2.13COM Graphic Design
<p>Descriptif : 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	R2.13PUB Conception rédaction R2.13PUB Copywriting
<p>Descriptif : – 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.</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 publicité. <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE2.07PUB Raconter ou convaincre par l'image <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.14COM Audiovisuel spécifique R2.14COM Audiovisual specific
<p>Descriptif : 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 concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE2.06COM Production : chronique audiovisuelle <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R2.14PUB Image et web R2.14PUB Image and Web
<p>Descriptif :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 – Importer et découper des vidéos existantes. • Monter des mashup à l'aide logiciels simples (iMovie, Openshot, Shotcut...) : – Transitions de plans, coupes. – Montage son-image. – Effets spéciaux simples avec fond vert (réels ou issus par exemple de logiciels de retouche d'image). – Exportation, formats de fichiers. – Vidéos pour les réseaux sociaux Création numérique de documents destinés à l'impression et à une diffusion sous forme dématérialisée (sites Web, réseaux sociaux, lettre d'information...). – 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 (book). – Utiliser les fonctions avancées d'un logiciel de mise en page (module de publipostage, table des matières et index automatiques...). <p>Gérer un projet web : rédaction d'un cahier des charges, gestion de projet Web. Approfondir le langage HTML et CSS.</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - SAE2.07PUB Raconter ou convaincre par l'image <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE R2.15COM | Ateliers de pratique professionnelle
R2.15COM | Professional practice workshops

Descriptif :

- 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 junior de communication « Hélice ».*

Liste des SAÉ concernées :

- SAE2.05COM | Plan de communication
- 4 ECTS crédits

RESSOURCE R2.15PUB | Culture et tendances publicitaires
R2.15PUB | Advertising culture and trends

Descriptif : 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.

Liste des SAÉ concernées :

- SAE2.06PUB | Étude publicitaire
- SAE2.07PUB | Raconter ou convaincre par l'image

4 ECTS crédits

RESSOURCE R2.16COM | Méthodologie de la gestion de projet
R2.16COM | Project management

Descriptif : 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'oeuvre, 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)

Liste des SAÉ concernées :

- SAE2.05COM | Plan de communication

4 ECTS crédits

RESSOURCE R2.16PUB | Droit de la publicité
R2.16PUB | Advertising Law

Descriptif : 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 oeuvre de pratiques déontologiques (chartes éthiques, codes de déontologie, recommandation de l'ARPP, etc.).

Liste des SAÉ concernées :

- SAE2.06PUB | Étude publicitaire

4 ECTS crédits

RESSOURCE	R2.17PUB Gestion de projet R2.17PUB Project management
Descriptif : 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 : diagramme de Gantt, iii) la documentation.	
Liste des SAÉ concernées :	
- SAE2.06PUB Étude publicitaire	
4 ECTS crédits	

SAÉ et Ressources de Deuxième année

SAÉ	PORTFOLIO Portfolio COMOR S4 PORTFOLIO Portfolio COMOR S4
Descriptif : voir Mme Le Roy	
Liste des ressources mobilisées et combinées :	
- R4.03 Veille (niveau 2)	
- R4.07 Projet Personnel et Professionnel	
- R4.05 Langue vivante 2	
- R4.02 Droit de l'information communication	
- R4.06 Expression écrite et orale	
- R4.04 Anglais	
- R4.08COM Communication numérique, webdesign et data management	
- R4.09COM Gestion de projet relationnel	
- R4.10COM Stratégie de communication	
2 ECTS crédits	

SAÉ	PORTFOLIO Portfolio PUB S4 PORTFOLIO Portfolio PUB S4
Descriptif : voir Mme Le Roy	
Liste des ressources mobilisées et combinées :	
- R4.08PUB Planning stratégique	
- R4.09PUB Marketing (digital) / opérationnel	
- R4.10PUB Stratégie de création	
- R4.11PUB Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign	
- R4.12PUB Stratégie des moyens / Social media	
- R4.13PUB Budgétisation	
2 ECTS crédits	

SAÉ	STAGECOM Stage COMOR S4 STAGECOM Internship
Descriptif : voir Mme Le Roy	
Liste des ressources mobilisées et combinées :	
- R4.06 Expression écrite et orale	
2 ECTS crédits	

SAÉ	STAGEPUB Stage PUB S4 STAGEPUB Internship
Descriptif : voir Mme Le Roy	
2 ECTS crédits	

SAÉ SAE4.03COM | Répondre à un brief client (niveau 1)
SAE4.03COM | Responding to a client brief (Level 1)

Objectifs et problématique professionnelle : La mise en compétition d'agences sur la base d'un brief est la principale modalité d'obtention de budgets grands comptes et acteurs publics. Compte tenu des délais souvent très courts, elle nécessite agilité, rapidité et esprit collaboratif. Elle demande aussi à savoir ajuster sa réponse pour convaincre à chaque étape sans dévoiler tous ses atouts, et s'assurer que le projet proposé sera bien confié à l'agence qui l'a conçu.

Pour les étudiants, il s'agit d'apprendre à produire en temps très limité une stratégie de communication adaptée à une demande et aux moyens définis par le commanditaire, mais également d'inscrire la proposition dans le cadre d'une relation commerciale qu'il s'agit d'initier : mettre en forme ses présentations (dossier, présentation visuelle, argumentation orale) pour entraîner la conviction, créer une image professionnelle forte qui inspire confiance au donneur d'ordre.

La gestion du stress, la posture professionnelle vis-à-vis du commanditaire comme des concurrents sont également des enjeux à appréhender et à maîtriser.

Descriptif : Sur une période courte, les étudiants, par équipes, se voient proposer un brief client, qu'ils analysent et étudient afin d'élaborer une stratégie de communication, assortie de moyens dont certains devront être ébauchés, et de la présenter à l'écrit et à l'oral de façon à convaincre le commanditaire. Selon les contextes, cette SAÉ pourra être organisée simultanément avec d'autres équipes d'autres IUT à l'échelle régionale, préparant ainsi le challenge national de 3e année.

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R4.02 | Droit de l'information communication
- R4.03 | Veille (niveau 2)
- R4.06 | Expression écrite et orale
- R4.08COM | Communication numérique, webdesign et data management
- R4.09COM | Gestion de projet relationnel
- R4.10COM | Stratégie de communication

2 ECTS crédits

SAÉ SAE4.03PUB | Étudier une marque
SAE4.03PUB | Study a brand

Objectifs et problématique professionnelle :

Descriptif :

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R4.09PUB | Marketing (digital) / opérationnel

2 ECTS crédits

SAÉ SAE4.04COM | Communication numérique
SAE4.04COM | Digital communication

Objectifs et problématique professionnelle : Afin de répondre à un cahier des charges (réel ou fictif), les étudiant.e.s doivent pouvoir montrer une certaine maîtrise des outils de veille informatique et d'agrégation de données, administrer des contenus, tenir compte de la particularité des outils numériques (instantanéité, mobilité et interactivité), animer et modérer des communautés d'internautes, et mesurer l'efficacité des outils utilisés.

Descriptif : En mobilisant les technologies de l'information et de la communication numériques, les étudiant.e.s doivent mettre en place une stratégie de communication sur le web pour un donneur d'ordre réel ou fictif.

L'élaboration de cette stratégie consiste à saisir les spécificités du donneur d'ordre, à définir ses besoins, sa concurrence et ses cibles, et à élaborer, planifier et budgéter une orientation stratégique incluant les outils de communication numérique (les médias sociaux particulièrement).

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R4.03 | Veille (niveau 2)
- R4.08COM | Communication numérique, webdesign et data management
- R4.10COM | Stratégie de communication

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE4.04PUB | Réaliser une stratégie de communication**
SAE4.04PUB | Developing a Communication Strategy

Objectifs et problématique professionnelle : voir Mme Le Roy

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R4.08PUB | Planning stratégique
- R4.12PUB | Stratégie des moyens / Social media
- R4.13PUB | Budgétisation

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE4.05PUB | Concevoir une création publicitaire**
SAE4.05PUB | Designing an advertisement

Objectifs et problématique professionnelle : voir Mme Le Roy

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des ressources mobilisées et combinées :

- R4.10PUB | Stratégie de création
- R4.11PUB | Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign

2 ECTS crédits

SAÉ **SAE4.06PUB | Projet de communication publicitaire Niveau 2**
SAE4.06PUB | Advertising communication project Level 2

Objectifs et problématique professionnelle : voir Mme Le Roy

Descriptif : voir Mme Le Roy

2 ECTS crédits

RESSOURCE **R4.01 | Sciences humaines et sociales**
R4.01 | Humanities and Social Sciences

Descriptif : 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. Cela permettra d'éclairer les problématiques relevant de l'information-communication et d'approfondir les notions déjà développées en première année. Les approches pourront être croisées : sociologique, psychologique, philosophique, anthropologique, ou toute autre science humaine et sociale.

4 ECTS crédits

RESSOURCE **R4.02 | Droit de l'information communication**
R4.02 | Information and Communication Law

Descriptif : Dans ce module les étudiants apprendront à savoir anticiper et respecter les contraintes liées au droit à l'image et au droit de la propriété intellectuelle, à appliquer les règles du bon usage de l'Internet et agir en connaissance des procédures de protection de l'image d'une organisation.

On travaillera à partir d'exemples et de cas concrets afin de mieux éclairer les problématiques juridiques liées à l'information et à la communication qui se posent aux organisations.

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.

Liste des SAÉ concernées :

- PORTFOLIO | Portfolio COMOR S4
- SAE4.03COM | Répondre à un brief client (niveau 1)

4 ECTS crédits

RESSOURCE	R4.03 Veille (niveau 2) R4.03 Monitoring (niveau 2)
Descriptif : voir Mme Le Roy	
Liste des SAÉ concernées :	
- PORTFOLIO Portfolio COMOR S4	
- SAE4.03COM Répondre à un brief client (niveau 1)	
- SAÉ4.04COM Communication numérique	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R4.04 Anglais R4.04 Vocational English : Current affairs and public speaking
Descriptif : 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 permet l'acquisition du vocabulaire spécifique et la mise en situation professionnelle relative aux métiers visés par le parcours.	
Il s'agira pour l'étudiant de maîtriser les présentations orales et de savoir mener à bien une réunion en langue anglaise (préparation, discussion, compte-rendu).	
Liste des SAÉ concernées :	
- PORTFOLIO Portfolio COMOR S4	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R4.05 Langue vivante 2 R4.05 2nd Language (German Or Spanish)
Descriptif : Dans un premier temps, on procède à une remise à niveau puis au renforcement des bases de la langue cible 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, ici principalement dans les environnements professionnels relatifs aux métiers visés par les parcours. On s'attachera au développement chez l'étudiant de la maîtrise du vocabulaire professionnel. On s'appuiera 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. Il s'agit ici principalement d'acquérir du vocabulaire spécifique et de mettre l'étudiant en capacité de communiquer lors de situations professionnelles relatives aux métiers visés par le parcours.	
Liste des SAÉ concernées :	
- PORTFOLIO Portfolio COMOR S4	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R4.06 Expression écrite et orale R4.06 Written and oral expression
Descriptif : Il s'agira de savoir rendre compte d'une expérience professionnelle longue (stage de deuxième année), l'analyser, la problématiser.	
À l'oral l'étudiant doit être capable d'argumenter et mettre en avant ses acquis universitaires et professionnels en s'appuyant sur des supports de présentation.	
Liste des SAÉ concernées :	
- PORTFOLIO Portfolio COMOR S4	
- STAGECOM Stage COMOR S4	
- SAE4.03COM Répondre à un brief client (niveau 1)	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R4.07 Projet Personnel et Professionnel R4.07 Personal and professional project
Descriptif :	
<ul style="list-style-type: none"> - Définir son profil, en partant de ses appétences, de ses envies et asseoir son choix professionnel notamment au travers de son parcours. - Construire un/des projet(s) professionnel(s) en définissant une stratégie personnelle pour le/les réaliser - Analyser les métiers envisagés : postes, types d'organisation, secteur, environnement professionnel. - Mettre en place une démarche de recherche de stage et d'alternance et les outils associés 	
Liste des SAÉ concernées :	
<ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S4 	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R4.08COM Communication numérique, webdesign et data management R4.08COM Digital communication, web design and data management
Descriptif : Dans le cadre d'une communication numérique, il s'agit d'appréhender les techniques permettant de mettre en place une stratégie de communication efficace sur le web et de pouvoir mesurer l'efficacité des outils utilisés:	
<ul style="list-style-type: none"> - en mobilisant les technologies de l'information et de la communication numériques (médias sociaux) - en animant et modérant des communautés d'internautes (community management) - en utilisant des outils de référencement, de veille et d'analyse d'audience internet - en utilisant des outils d'agrégation de données 	
La communication numérique fait donc appel au webdesign pour proposer différents contenus adaptés au support web et permettant aux utilisateurs de recevoir l'information de façon claire et compréhensible. Il s'agit également de renforcer l'ergonomie des sites et de tenir compte des expériences utilisateur (UX/UI design).	
Le data management (gestion de données) participe de cette stratégie en mobilisant des outils permettant de stocker, gérer et diffuser les données référentielles au sein d'une organisation afin de s'assurer que les données de référence soient correctement identifiées, utilisables sans risque, exempt d'erreur et de bonne qualité.	
Liste des SAÉ concernées :	
<ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S4 - SAE4.03COM Répondre à un brief client (niveau 1) - SAE4.04COM Communication numérique 	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R4.08PUB Planning stratégique R4.08PUB Strategic planning
Descriptif : voir Mme Le Roy	
Liste des SAÉ concernées :	
<ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio PUB S4 - SAE4.04PUB Réaliser une stratégie de communication 	
4 ECTS crédits	

RESSOURCE	R4.09COM Gestion de projet relationnel R4.09COM Relationship project management
<p>Descriptif : La ressource vise à aborder le projet à partir des dimensions relationnelles : les compétences du responsable de projet à savoir impliquer les différents acteurs du projet, créer les conditions de la mobilisation en phase amont du projet (la phase de réalisation étant vue en BUT 3). Des méthodes et savoir-être doivent être acquis pour permettre au chef de projet de développer son intelligence relationnelle et communicationnelle.</p> <p>Compétences visées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maintien de la relation avec les contributeurs - Maintien des leviers d'action du chef de projet pour mobiliser - Élaboration de la stratégie de communication avec les acteurs et partenaires du projet <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S4 - SAE4.03COM Répondre à un brief client (niveau 1) <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R4.09PUB Marketing (digital) / opérationnel R4.09PUB (Digital) marketing / operational
<p>Descriptif : voir Mme Le Roy</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio PUB S4 - SAE4.03PUB Étudier une marque <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R4.10COM Stratégie de communication R4.10COM Communication strategy
<p>Descriptif : Les étudiantes et les étudiants doivent pouvoir situer les différents types de communication (externe et interne) dans le cadre d'un audit de communication, établir un plan de communication stratégique et mettre en place des outils pertinents.</p> <p>Une mise en œuvre d'une politique de communication suivra les étapes d'une stratégie de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - définir 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 <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio COMOR S4 - SAE4.03COM Répondre à un brief client (niveau 1) - SAE4.04COM Communication numérique <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE	R4.10PUB Stratégie de création R4.10PUB Creative Strategy
<p>Descriptif : voir Mme Le Roy</p> <p>Liste des SAÉ concernées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - PORTFOLIO Portfolio PUB S4 - SAE4.05PUB Concevoir une création publicitaire <p>4 ECTS crédits</p>	

RESSOURCE R4.11PUB | Design (niveau 3 - PAO) & Webdesign
R4.11PUB | Design (level 3 - DTP) & Webdesign

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des SAÉ concernées :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4
 - SAE4.05PUB | Concevoir une création publicitaire
- 4 ECTS crédits

RESSOURCE R4.12PUB | Stratégie des moyens / Social media
R4.12PUB | Media strategy / Social media

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des SAÉ concernées :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4
 - SAE4.04PUB | Réaliser une stratégie de communication
- 4 ECTS crédits

RESSOURCE R4.13PUB | Budgétisation
R4.13PUB | Budgeting

Descriptif : voir Mme Le Roy

Liste des SAÉ concernées :

- PORTFOLIO | Portfolio PUB S4
 - SAE4.04PUB | Réaliser une stratégie de communication
- 4 ECTS crédits