



# **Diplôme Universitaire de Technologie INFORMATION-COMMUNICATION**

## **Programme Pédagogique National**

**option Communication des organisations  
option Information numérique dans les organisations  
option Journalisme  
option Métiers du livre et du patrimoine  
option Publicité**

## Sommaire

<b>1. Objectifs de la formation</b> .....	2
<b>2. Référentiels d'activités et de compétences</b> .....	3
a. Activités et compétences transversales (toutes options) .....	3
b. Activités et compétences : option <i>Communication des organisations</i> .....	3
c. Activités et compétences : option <i>Information numérique dans les organisations</i> .....	6
d. Activités et compétences : option <i>Journalisme</i> .....	8
e. Activités et compétences : option <i>Métiers du livre et du patrimoine</i> .....	10
• Activités et compétences transversales, communes aux 4 groupes de métiers.....	11
• Activités et compétences : métiers des bibliothèques.....	11
• Activités et compétences : métiers de l'édition.....	12
• Activités et compétences : métiers de la librairie .....	13
• Activités et compétences : métiers des musées et du patrimoine .....	13
f. Activités et compétences : option <i>Publicité</i> .....	14
<b>3. Organisation générale de la formation</b> .....	16
a. Descriptif de la formation .....	16
b. Tableaux synthétiques du programme pédagogique national, par option .....	16
• Option <i>Communication des organisations</i> (semestres 1 et 2) .....	17
• Option <i>Communication des organisations</i> (semestres 3 et 4) .....	18
• Option <i>Information numérique dans les organisations</i> (semestres 1 et 2) .....	19
• Option <i>Information numérique dans les organisations</i> (semestres 3 et 4) .....	20
• Option <i>Journalisme</i> (semestres 1 et 2) .....	21
• Option <i>Journalisme</i> (semestres 3 et 4) .....	22
• Option <i>Métiers du livre et du patrimoine</i> (semestres 1 et 2) .....	23
• Option <i>Métiers du livre et du patrimoine</i> (semestres 3 et 4) .....	24
• Option <i>Publicité</i> (semestres 1 et 2) .....	25
• Option <i>Publicité</i> (semestres 3 et 4) .....	26
c. Projets tutorés et stages .....	27
d. Projet personnel et professionnel .....	27
e. Orientations pédagogiques, pédagogie par la technologie .....	28
f. Enjeux économiques actuels .....	28
<b>4. Description des modules de formation</b> .....	29
a. Description des modules : tronc commun aux 5 options de la spécialité .....	29
b. Description des modules : option <i>Communication des organisations</i> .....	66
c. Description des modules : option <i>Information numérique dans les organisations</i> .....	95
d. Description des modules : option <i>Journalisme</i> .....	128
e. Description des modules : option <i>Métiers du livre et du patrimoine</i> .....	156
f. Description des modules : option <i>Publicité</i> .....	184

# 1. Objectifs de la formation

Conformément à l'arrêté du 3 août 2005 modifié, le Diplôme universitaire de technologie (DUT) Information-Communication s'inscrit dans l'Espace européen de l'enseignement supérieur organisé selon le schéma Licence-Master-Doctorat (LMD).

L'objectif du DUT Information-Communication est de former des étudiants destinés à exercer une activité professionnelle technologique dans le secteur de l'information et de la communication.

La formation se caractérise par :

- une approche fondée sur les sciences humaines et sociales ;
- un enseignement renforcé des langues ;
- le développement de la culture générale des étudiants ;
- une attention toute particulière portée aux configurations professionnelles par le choix proposé de 5 options ;
- la prise en compte de l'accélération des développements des technologies d'information et de communication et de leurs effets ;
- la valorisation des écritures audiovisuelles et numériques.

Les 5 options proposées sont :

- Communication des organisations
- Information numérique dans les organisations
- Journalisme
- Métiers du livre et du patrimoine (avec 4 groupes de métiers : bibliothèque, édition, librairie, musées-patrimoine)
- Publicité

La finalité du PPN et de la pédagogie mis en œuvre est d'apporter aux étudiants une solide culture académique constituée de savoirs et de savoir-faire, soutenus par une véritable culture professionnelle des métiers.

L'acquisition de ces compétences permet de former des étudiants pour une insertion professionnelle immédiate, et leur donner la possibilité d'évoluer à court, à moyen et à long terme (formation tout au long de la vie) pour assumer des situations professionnelles très diversifiées en mutation permanente. La formation ouvre en outre à d'éventuelles poursuites d'études, notamment en licence professionnelle, dans les divers secteurs de l'information et de la communication.

## • Prérequis et modalités d'admission

La formation est ouverte aux titulaires d'un baccalauréat ou titre français ou étranger admis en équivalence. Les candidats ne justifiant pas des titres normalement requis (diplôme de niveau IV) peuvent solliciter une Validation des Acquis Professionnels (VAP 85) ou une Validation des Acquis de l'Expérience (VAE).

Les prérequis sont toutefois les suivants :

- expression écrite et orale aisée ;
- culture générale de bon niveau;
- maîtrise d'une langue vivante étrangère et apprentissage d'une 2<sup>e</sup> langue vivante (dont l'anglais) ;
- motivation pour le métier choisi ;
- curiosité, ouverture d'esprit, sens critique, capacité d'empathie.

Les départements Information-Communication peuvent ainsi accueillir les titulaires de tous types de baccalauréats, qu'ils soient généraux, technologiques (en particulier STMG, STD2A...), voire professionnels. L'accueil de tels publics diversifiés permet notamment l'enrichissement de la formation.

A souligner que parmi les bacs généraux, les titulaires d'un baccalauréat de série L peuvent trouver dans les départements Information-Communication une orientation tout à fait cohérente et judicieuse au vu de leur parcours.

Le présent programme pédagogique a été construit avec notamment l'objectif de permettre la réussite de *tous* les bacheliers. Ainsi, les UE d'enseignements théoriques ont été allégées dans les premiers semestres ; a encore été créé au premier semestre, un module pour des enseignements d'adaptation à ces différents publics (M1201).

## 2. Référentiels d'activités et de compétences

### a. Activités et compétences transversales (toutes options)

A côté d'activités et de compétences qui seront le fait des différentes configurations professionnelles et qui se différencieront dans chacune des options (cf. infra), la formation vise tout d'abord un certain nombre d'activités et de compétences, communes à toutes les options de la spécialité Information-Communication :

Activités	Compétences (être capable de :)
1– Expression écrite et orale	Maîtriser la langue française, les techniques rédactionnelles et l'expression orale Différencier les écrits professionnels Adapter le message au public
2– Sciences humaines et sociales (SHS)	Porter une attention particulière aux SHS Développer et approfondir ses connaissances en SHS Décrypter le monde contemporain Appréhender les bases du droit et de l'économie
3– Langues vivantes étrangères	Parler, écrire et lire en anglais et dans une autre langue vivante étrangère Se situer dans les cultures étrangères Maîtriser le lexique professionnel Trouver un stage, un emploi ou des poursuites d'études dans un pays étranger
4– Informatique	Utiliser des ordinateurs et le réseau Internet Utiliser les logiciels de bureautique (traitement de texte, tableur, diaporama) Utiliser les logiciels de PAO Mettre en ligne de l'information
5– Culture numérique	Identifier les informations utiles ; les produire, les collecter et les gérer Utiliser les nouveaux outils numériques
6– Gestion de projet	Travailler en mode projet Défendre un projet dans une présentation orale Mettre en œuvre une méthodologie de conduite de projet Réaliser des études de faisabilité Réaliser un cahier des charges Gérer un planning et un rétro-planning
7– Conception et réalisation d'un mémoire universitaire et professionnel	Mettre en œuvre une méthodologie de recherche par la réalisation d'un mémoire universitaire et professionnel de fin d'études

### b. Activités et compétences : option *Communication des organisations*

Le DUT Information-Communication option communication des organisations forme un professionnel de la communication qui exerce dans tous types d'organisation : privée, publique ou associative.

Selon les responsabilités qui lui sont confiées, le professionnel de la communication a un rôle stratégique dans l'organisation. Il participe à sa politique de développement par la valorisation de son image, en interne comme en externe. Porteur d'innovation, il se saisit des évolutions sociétales et technologiques, au bénéfice de son activité.

Il déploie son activité dans les services de communication des entreprises, des collectivités, dans des associations ou dans des agences de conseil en communication ou des agences de publicité.

En tant qu'assistant ou responsable, il exerce les fonctions de chargé de communication, chargé de relations publiques, chargé de relations presse, chargé de communication événementielle.... Il peut également investir des métiers tels que concepteur de site web (*webdesigner*), webmestre, animateur de réseaux sociaux (*community manager*)...

Il possède à la fois une solide culture générale et les bases scientifiques lui permettant d'appréhender et d'analyser avec efficacité son environnement professionnel et ses missions. Il maîtrise avec nuance et aisance l'expression verbale et non verbale afin de produire l'information et de la restituer sous différentes formes et différents contenus.

Grâce à la connaissance de son environnement, ce professionnel peut déterminer, accompagner ou mettre en œuvre la politique de communication de l'organisation. A cette fin, il sait créer et réaliser un support de communication, sous différentes formes (écrit, audiovisuel, multimédia...) pour produire un contenu d'information adapté au public visé. Ce travail s'inscrit dans la ligne éditoriale de l'organisation, déclinée selon une approche stratégique et globale.

Doté de compétences relationnelles, il met en place des actions de communication et de relations publiques. Il sait transmettre un message et le valoriser auprès de ses interlocuteurs. Il est un créateur de valeur par la diffusion et la promotion de l'information. Il utilise les supports médias issus des technologies de l'information et de la communication, notamment internet. Il prend en compte les aspects juridiques et budgétaires de ses actions, et noue divers partenariats. Il peut être amené à piloter des équipes autour de projets complexes.

Le technicien supérieur doit faire preuve d'une grande aisance relationnelle et comportementale, avoir une solide culture générale, être curieux du monde qui l'entoure. Il allie compétences rédactionnelles et sensibilité esthétique et artistique. Il est rigoureux, détient un certain sens critique, a le sens de l'organisation, il sait être à l'écoute des autres et a le goût pour le travail en équipe.

#### Codes ROME :

- E1103 Communication
- E1101 Animation de site multimédia
- E1107 Organisation d'événementiel

Activités	Compétences (être capable de :)
1– Construction d'un réseau professionnel	Se situer dans son environnement professionnel, technique et réglementaire (organismes et associations professionnelles) Faire de la veille concurrentielle, une analyse comparative ( <i>benchmarking</i> ) pour l'organisation Faire de la veille informationnelle sur l'actualité du secteur professionnel de la communication, des TIC et de l'économie des médias Entretenir un réseau de collaborateurs : journalistes, imprimeurs, infographistes, créateurs de sites web...
2– Conception d'une stratégie de communication	Cerner le projet et le positionnement d'une organisation Construire l'identité d'une organisation à travers la ligne éditoriale de ses supports de communication, ses relations publiques, sa communication interne, ses relations presse, sa stratégie marketing... Bâtir un plan de communication (cibles, objectifs, supports et actions)
3– Mise en œuvre d'une politique de communication	Utiliser les certifications et les labels liés à la communication responsable Appliquer les normes, les démarches qualité Réaliser le bilan des actions de communication Mener un audit de communication Mettre à jour des tableaux de bord Mener des enquêtes pour recueillir des données statistiques Faire une revue de presse, un panorama de presse
4– Conception et analyse de messages (écrits, visuels, audios, audio-visuels, multimédia, web)	Utiliser les techniques de recherche de l'information Appliquer les techniques d'interview Analyser et synthétiser les informations Discerner le sens des images fixes et animées Gérer des contenus pour construire une identité Distinguer les étapes de conception d'un message audiovisuel ou multimédia Adapter les messages à la cible, au public visé Respecter le droit de la communication et du numérique

	Articuler des notions de sémiologie, de linguistique
5– Réalisation de produits et supports de communication (écrits, visuels, audios, audiovisuels, multimédia, web)	<p>Appliquer les techniques d'écriture pour support papier (<i>print</i>) et web</p> <p>Utiliser les techniques d'expression verbale et non-verbale</p> <p>Administrer le contenu d'un site web</p> <p>Se conformer aux normes typographiques</p> <p>Décliner les normes photographiques et vidéo</p> <p>Assimiler l'ensemble de la chaîne graphique</p> <p>Utiliser un logiciel de PAO ou d'édition numérique</p> <p>Utiliser un logiciel de création et retouche d'image</p> <p>Utiliser un logiciel de montage vidéo</p> <p>Utiliser des logiciels d'édition multimédia (HTML/ CSS, animation...)</p> <p>Créer un site avec un système de gestion de contenu (<i>CMS</i>)</p>
6– Gestion matérielle et logistique de la communication	<p>Planifier la réalisation matérielle et logistique des actions, produits et supports de communication</p> <p>Sélectionner des fournisseurs/prestataires</p> <p>Négocier les conditions du contrat</p> <p>Contrôler la réalisation de l'intervention, la qualité des produits</p>
7– Dispositifs de communication interne	<p>Conjuguer la GRH et le droit du travail</p> <p>identifier les comportements à l'aune des théories de la psychologie sociale</p> <p>Organiser et animer des réunions</p> <p>Poser les bases d'un audit social</p> <p>Expérimenter la concertation et la participation</p>
8– Actions de relations publiques	<p>Animer et manager une communauté</p> <p>Alimenter les réseaux sociaux</p> <p>Employer les techniques de communication média et hors média</p> <p>Utiliser les TIC (sites web, blogs, référencement, réseaux sociaux...)</p>
9– Actions de relations presse	<p>Réaliser des produits de communication à destination des médias (dossiers et communiqués de presse) et des bloggeurs</p> <p>Choisir les médias adaptés au message et aux objectifs de communication</p> <p>Organiser une conférence de presse</p>
10– Actions économiques et de marketing	<p>Exploiter un bilan annuel, un rapport d'activité</p> <p>Réaliser des études de marché</p> <p>Interpréter la stratégie marketing d'une organisation</p> <p>Réaliser des opérations de communication à destination des clients</p>

### c. Activités et compétences : option *Information numérique dans les organisations*

Le titulaire du DUT Information-Communication option information numérique dans les organisations exerce une activité en perpétuelle mutation autour de trois axes : l'information, les outils et dispositifs, la communication.

Ce spécialiste analyse les besoins d'information de l'organisme et des usagers. Il identifie et valide les sources pertinentes, organise leur exploration régulière et automatisée, assure leur collecte. Il structure et alimente des bases de données d'informations, participe à la stratégie de présence et de positionnement de son organisation. Il construit des dispositifs d'accès à l'information et de communication entre les acteurs. Il gère et anime les espaces physiques de conservation et de mise à disposition des documents. En tant que médiateur, il peut former ou accompagner l'utilisateur pour la recherche d'informations et la maîtrise des outils. Il a une action de communication autour des ressources, des processus et des services offerts.

Ce professionnel maîtrise de façon experte la démarche et les outils de collecte, de traitement et de diffusion de l'information. Il est capable de gérer un centre de ressources ou un service d'information, de conduire des projets en équipe. Il doit pouvoir maîtriser, adapter et développer les outils et dispositifs de communication numérique et piloter ou participer à une stratégie d'information en interne et vers l'extérieur.

Pour cela, le diplômé du DUT Information-Communication, option Information numérique dans les organisations, cerne les enjeux de l'information, connaît les cadres réglementaires et juridiques, fait preuve de culture générale et de curiosité intellectuelle, d'un grand sens de l'organisation et du service. Il doit être polyvalent et capable de s'adapter, voire d'anticiper, les évolutions rapides du domaine d'exercice.

La formation ouvre sur une large palette de métiers. Ils s'exercent dans tous types d'entreprises privées et d'organismes publics et dans tous secteurs d'activité. Le diplômé s'intègre notamment dans les centres de ressources, les cellules de veille, les services de communication, d'archives ou les services numériques. Il peut être : chargé de l'information et de la communication, chercheur, analyste-indexeur, iconographe, chargé de veille, webmestre, animateur de communautés, chargé de référencement, documentaliste, documentaliste-archiviste, etc.

#### Codes ROME :

- E1101 Animation de site multimédia, et plus particulièrement :
  - Animateur/ Animatrice de communauté virtuelle
  - Webmaster animateur/ animatrice
- E1103 Communication, et plus particulièrement :
  - Responsable de l'information et de la communication
- K1601 Gestion de l'information et de la documentation (tous métiers)
  
- M1402 Conseil en organisation et management d'entreprise, et plus particulièrement :
  - Responsable intelligence économique
  - Responsable *knowledge management* (management des connaissances)
- M1403 Etudes et prospectives socio-économiques et plus particulièrement :
  - Responsable veille stratégique

Le DUT Information-Communication, option Information numérique dans les organisations, permet également de se présenter aux concours de recrutement de la fonction publique d'Etat :

- concours de secrétaire de documentation du ministère de la Culture et de la Communication ;
- concours de technicien de recherche et de formation du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (corps des Ingénieurs & techniciens de recherche et de formation, BAP F) ;

Ou encore aux concours de recrutement de la fonction publique territoriale :

- concours d'assistant territorial de conservation du patrimoine principal de 2<sup>e</sup> classe ;
- concours d'assistant spécialisé des Bibliothèques et des Musées, et concours de secrétaire de documentation de la Ville de Paris.

Activités	Compétences (être capable de :)
1– Communication sur les enjeux de l'information	<p>Pratiquer la collecte, la sélection, la diffusion d'information en toute connaissance des problématiques et enjeux actuels de l'information : désinformation, surinformation, pouvoir stratégique et économique de l'information...</p> <p>Participer aux stratégies d'information et émettre des propositions d'action dans une maîtrise planifiée des coûts</p> <p>Construire une offre de formation aux outils et méthodes d'information adaptée aux besoins</p> <p>Concevoir le scénario pédagogique, produire les documents de formation, animer les séances de formation et évaluer les acquis</p>
2 – Mise en place de stratégies de communication numérique	<p>Participer à des stratégies de communication (en entreprises, associations, collectivités territoriales, structures culturelles...)</p> <p>Élaborer un diagnostic de communication digitale, un plan de communication, des préconisations, des recommandations</p> <p>Concevoir des actions de communication numériques adaptées aux cibles</p> <p>Réaliser un diagnostic de l'image numérique d'une entité (marque, personne, entreprise, organisme)</p> <p>Créer, protéger, surveiller et valoriser l'identité numérique d'une entité, notamment à travers les réseaux sociaux</p> <p>Mettre en œuvre les techniques du webmarketing et d'animation de sites web</p> <p>Evaluer la pertinence des actions de communication digitale d'un annonceur</p>
3– Collaboration et partage des connaissances	<p>Sensibiliser aux notions de communauté, information, connaissance, intelligence, réseau, mutualisation, transversalité</p> <p>Choisir et utiliser les outils de partage et de circulation des connaissances ; former les usagers et les assister dans l'utilisation de ces outils.</p> <p>Animer un groupe, une réunion, une communauté, un site web, un intranet, des dispositifs collaboratifs</p> <p>Mettre en œuvre les principes de conduite du changement</p>
4– Management d'un système ou d'un service d'information	<p>Evaluer les besoins et attentes des utilisateurs</p> <p>Rédiger un cahier des charges</p> <p>Participer au choix des prestataires et des solutions.</p> <p>Participer à la conception et à la gestion d'un système d'information-documentation</p> <p>Développer une approche marketing</p> <p>Rédiger des guides ou tutoriels et modes opératoires, former les utilisateurs et les assister à l'utilisation d'un outil, sur place et à distance</p>
5– Utilisation et paramétrage de systèmes informatisés	<p>Identifier et utiliser les outils informatiques de base (traitement de texte, tableur...).</p> <p>Concevoir une base de données et utiliser les fonctions d'un SGBD-R.</p> <p>Mettre en œuvre un dispositif réseau.</p> <p>Faire évoluer les dispositifs (logiciels, matériels, réseaux) susceptibles d'être mis en œuvre dans le domaine de l'information</p> <p>Utiliser et administrer des logiciels de gestion de l'information (bases de données, bases de données documentaires, GED, CMS...)</p> <p>Mettre en œuvre des moyens de diffusion électronique d'informations et de documents</p>
6– Recherche d'information et veille	<p>Analyser les besoins d'information</p> <p>Délimiter un sujet de recherche</p> <p>Identifier, caractériser, sélectionner, localiser et évaluer les sources.</p> <p>Définir une stratégie de recherche et une méthodologie, interroger différentes bases de données, utiliser les outils de recherche sur le web et le web 2.0.</p> <p>Appréhender une problématique d'intelligence économique, de veille stratégique, ou de différents types de veille</p> <p>Implanter une démarche de veille : objectifs, périmètre, sources, outils, livrables</p> <p>Définir un plan de veille et utiliser les différents outils et dispositifs de veille</p> <p>Organiser un système d'alerte informationnelle</p>



7– Gestion de contenus éditoriaux	Produire des documents complexes, des pages web simples, des présentations assistées par ordinateur Concevoir et réaliser des contenus éditoriaux (produits professionnels informatifs et de communication, supports de formation des usagers, etc.). Mener, (ou s'insérer dans) un projet de production et de mise en forme de contenus, en utilisant différents médias et différents supports Mettre en place un circuit de publication et animer une équipe de rédacteurs Définir et faire respecter une charte éditoriale.
8– Réalisation et traitement de produits audiovisuels	Exposer et discuter les usages de l'image fixe, animée et du son, et les différents formats et étapes de l'acquisition numérique de l'image et du son Rechercher des images fixes ou animées, et des sons. Collecter, classer, décrire, documenter et conserver les documents iconographiques et/ou sonores. Mettre en œuvre le processus de choix d'un logiciel de gestion documentaire spécifique et paramétrer son utilisation Mettre en ligne des contenus audio, vidéo ou multimédias ( <i>podcasts</i> )
9– Archivage et dématérialisation	Appliquer en tant que de besoin les principes archivistiques à la gestion électronique documentaire Participer à un projet de dématérialisation en respectant les étapes et les processus nécessaires et légaux ; Mettre en œuvre un processus de dématérialisation documentaire S'inscrire dans la stratégie de numérisation d'un organisme public ou privé
10– Description et structuration de l'information	Lire un document, l'analyser, le synthétiser, le résumer en employant les techniques de lecture rapide, d'analyse de contenu (texte, image, son), de synthèse, de résumé Concevoir, renseigner et manipuler les métadonnées Etablir, diffuser et échanger de l'information bibliographique en respectant les normes et les formats d'échange Utiliser une application basique de fouille de texte et fouille de données ( <i>text-mining</i> et <i>data-mining</i> ) Concevoir un document structuré, notamment un document numérique navigable, ou structurer un document existant. Utiliser les langages de description et de structuration et leurs applications Décrire le contenu de documents à travers les différents types de référentiels (nomenclature, plan de classement, classification, taxonomie, thesaurus, ontologie...) et participer à leur construction Organiser et optimiser le référencement d'un site web

#### d. Activités et compétences : option *Journalisme*

Le DUT Information-Communication option journalisme forme un professionnel qui rend compte de l'actualité en étant capable de l'éclairer et de l'analyser. Il doit faire preuve d'autonomie, d'ouverture et d'esprit critique. Pour cela, il possède les savoirs nécessaires à la compréhension et à la mise en perspective de l'événement (histoire, sciences, sociologie, économie, droit, politique, relations internationales, art, sémiologie...) ainsi que les outils et techniques pour le traitement de l'information en fonction des publics et des supports. Il maîtrise notamment les différents genres journalistiques, la hiérarchie de l'information, la construction d'un angle de traitement, la prise de vue photographique, le traitement et le sens des images, les pratiques rédactionnelles et les exigences techniques spécifiques à chaque média, le processus d'édition et la relation avec les services techniques.

La formation dispense un enseignement permettant une appréhension de l'ensemble des fonctions journalistiques et une insertion des futurs professionnels dans des collectifs de travail aux compétences très variées (projets éditoriaux dont la préparation puis la mise en forme implique un travail en commun avec, entre autres, les métiers de l'infographie et du développement informatique). Cette polyvalence des futurs professionnels garantit aussi leur adaptation aux multiples facettes du paysage médiatique et des emplois de journaliste. A ce titre, ils doivent être formés de manière à pouvoir s'adapter aux différents types de médias en ayant intégré les mutations des pratiques

journalistiques, notamment celles découlant du développement croissant du numérique, dans les phases de collecte, de hiérarchisation, de production et de diffusion de l'information.

Les futurs journalistes sont formés à la réflexion sur leur métier et sur les conditions de son exercice. Cette réflexion nécessite une connaissance des structures dans lesquelles ils travaillent et avec lesquelles ils sont en relation quotidienne pour la recherche de l'information. Elle doit en outre intégrer de manière explicite les aspects déontologiques et socio-organisationnels des entreprises de presse. L'attention accrue et continue à l'actualité et la capacité d'analyse critique de son traitement par les différents organes de presse constituent les bases nécessaires à la réflexion des futurs professionnels sur le paysage médiatique français et international ainsi qu'à la réflexivité sur leur métier.

La formation prépare les futurs journalistes à exercer dans tous les types de médias (presse, radio, télévision, web), généralistes ou spécialisés, dans des rédactions importantes ou dans des équipes réduites. La formation permet d'appréhender l'ensemble de la chaîne de l'information de sa production à sa diffusion, l'ensemble des écritures liées et leurs formats spécifiques et l'ensemble des environnements et des dynamiques dans lesquelles les informations sont susceptibles d'être appréhendées.

#### Codes ROME :

- E1106 Journaliste
- E1106 Journaliste de la presse audiovisuelle
- E1106 Journaliste reporter d'images

Activités	Compétences (être capable de :)
1– Assimiler le contexte et le fonctionnement des entreprises de presse	Exprimer les cadres économiques des entreprises de presse Appréhender leur organisation sociale et productive
2– Contribution à l'élaboration de la ligne rédactionnelle	Participer aux conférences de rédaction Proposer des rubriques, des sujets
3– Choix des sujets	Définir l'angle Identifier les personnes ressources (témoins, experts) Enrichir le sujet par la prise d'information
4– Recherche et collecte de l'information	Effectuer un suivi de l'actualité et une veille informationnelle Utiliser les flux RSS et les systèmes d'alertes Recouper les informations et vérifier les sources Construire et entretenir un carnet d'adresses
5– Réalisation d'une interview	Prendre contact Gérer sa prise de parole (présentation de soi et objectifs, types de question, articulation) Ecouter l'interviewé (observation permanente, relance, reformulation, synthèse) Gérer l'interaction (identifier les mots clés, les imprécisions) Gérer la prise de notes
6– Ecrire une dépêche, un article	Appliquer les principes de construction ( <i>lead</i> , structure pyramidale inversée, paragraphes dissociables, règle des cinq « W ») Refléter les points de vue de manière objective Appréhender les connaissances du lecteur S'appropriier les langages sectoriels Synthétiser les informations principales Trouver les formules justes Savoir citer Utiliser comparaisons et métaphores Couper ou allonger l'article sans le dénaturer
7– Illustrer/ photographier	Cadrer une image Réaliser un reportage photographique Apporter une légende aux photographies Produire avec l'infographie des illustrations diverses

8– Enregistrer/ filmer	Repérer les lieux clés Découper l'information visuelle en différents plans Régler la caméra ; effectuer la prise de son Apporter un commentaire sur images
9– Radio/ émission	Maîtriser l'expression orale personnelle Débattre et appréhender les cadres d'interactions dans le débat
10– Hiérarchisation et mise en forme de l'information	Application d'une charte graphique Contrôler la qualité des articles Discerner les composantes du média (textes, titraillles, rapport texte/ image) Appréhender le fonctionnement du chemin de fer, d'une rubrique, d'une séquence ou d'un journal
11– Mise en ligne l'information	Utiliser les différents formats de fichiers Identifier les éditeurs de page web Créer une arborescence Décliner une information sur différents médias
12– Evaluation de la production de l'information et de ses effets	Être informé du droit des médias ; appliquer la déontologie Interagir avec l'audience

### e. Activités et compétences : option *Métiers du livre et du patrimoine*

Le DUT Information-Communication option métiers du livre et du patrimoine forme un médiateur spécialisé dans la promotion et la diffusion du livre, des revues et autres types de documents – sonores, vidéos, électroniques –, ainsi que de fonds patrimoniaux. Il travaille à la constitution et à la gestion d'un fonds en bibliothèque, en librairie, à la diffusion et à la production éditoriale dans une maison d'édition, à la médiation d'un fonds dans les musées. Il participe à des événements professionnels ou interprofessionnels (expositions, salons...). Il doit s'adapter aux évolutions des technologies numériques et aux nouveaux usages qui en découlent.

La formation vise ainsi à former des médiateurs spécialisés dans un ou plusieurs secteurs et ayant une très bonne connaissance du milieu interprofessionnel dans lequel s'exercera leurs compétences. En vue d'assurer une meilleure insertion professionnelle, chaque département offrira des approfondissements dans les modules « Techniques spécifiques » pour au moins deux des groupes de métiers liés aux secteurs suivants :

- Bibliothèques et médiathèques
- Librairies et magasins spécialisés
- Édition, diffusion et distribution
- Musées et patrimoine

Le rôle du bibliothécaire a profondément évolué et s'est diversifié à l'heure du numérique. Mais il doit encore s'adapter aux nouveaux besoins des citoyens en ce début du 21<sup>e</sup> siècle. Le bibliothécaire s'insère dans la politique culturelle et sociale des collectivités locales et territoriales de la ville (bibliothèques des collectivités territoriales), dans celle de l'État (bibliothèques des grands établissements, bibliothèques universitaires, bibliothèques d'hôpitaux), mais aussi dans la société civile (bibliothèques privées, d'associations, de comité d'entreprises). Il organise et fait vivre un espace ouvert à des publics variés. Il constitue, conserve et gère des collections par des moyens informatisés. Il développe des actions de communication à destination de publics diversifiés afin de valoriser les ressources et les services de la bibliothèque-médiathèque. Il dialogue avec les différents publics pour mieux apprécier leurs attentes et optimiser les services fournis (catalogues de bibliothèque, guides des lecteurs...).

En librairie, selon son lieu d'implantation, le libraire choisit, construit une offre, la met en scène, l'organise et l'anime en conseillant les clients sur le choix des livres. Sa connaissance de la politique d'assortiment, son sens commercial et sa maîtrise des outils informatiques lui permettent d'anticiper les demandes, de gérer les commandes et les stocks afin de définir le réassort. Il contribue à la diffusion du livre à travers une activité commerciale et participe à la préservation de la diversité de la production éditoriale.

Dans une maison d'édition, le professionnel participe au suivi d'un projet éditorial. Il travaille au secrétariat d'édition, dans les services fabrication (réalisation de maquettes), au service de presse ou aux relations commerciales.

Dans les musées et services du patrimoine, les besoins s'accroissent et les qualifications évoluent, la gestion des collections s'informatise, les centres de documentation et services pédagogiques se développent, les actions de communication et de médiation prennent de l'importance ; les conservateurs ont ainsi besoin d'assistants qualifiés.

#### Codes ROME :

- D1211 Vente en articles de sport et de loisirs (dont livres).
- E1105 Coordination d'édition
- K1601 Gestion de l'information et de la documentation
- K1602 Gestion de patrimoine culturel
- E1103 Communication

#### • Activités et compétences transversales, communes aux 4 groupes de métiers

Activités	Compétences (être capable de :)
1- Mise en œuvre d'une veille relative au domaine	S'impregner de la production éditoriale française, de littérature française/ étrangère ou, selon métiers, de l'actualité patrimoniale Se situer dans l'environnement politique, économique, social, culturel ; l'environnement institutionnel et les politiques publiques S'initier à l'histoire du livre, ou l'histoire de l'art Se repérer dans les courants littéraires/ culturels contemporains Approfondir les sociologies spécialisées (politique et culturelle) et leurs aspects méthodologiques (techniques d'enquête) Identifier les évolutions historiques du livre, de ses métiers et des pratiques de lecture, ou selon, des pratiques culturelles
2- Accueil des publics ( <i>sauf Edition</i> )	Accueillir, renseigner les publics sur les livres, documents (bibliothèque, librairie), sur les œuvres (musées-patrimoine)
3- Communication	Appliquer les principes, utiliser les techniques de communication Concevoir des supports de communication, de promotion, de présentation : couverture, plaquette, affiche...
4- Recherche de l'information	Maîtriser la recherche bibliographique et documentaire ; utiliser l'informatique documentaire et les réseaux Repérer les sources d'information et les évaluer Identifier, rechercher, sélectionner, mettre à disposition des informations documentaires Interroger finement moteurs de recherche et bases de données Utiliser des outils de suivi (fils RSS, portails...)
5- Actualiser ses compétences dans le domaine numérique	Concevoir et réaliser des multimédias, utiliser techniques web Posséder les bases de la création web ; écrire pour le web Administrer le contenu, mettre à jour et animer un site web Utiliser des réseaux sociaux ; animer une communauté virtuelle Assurer la diffusion des œuvres avec/ dans les différents supports, les différents formats et les systèmes de protection
6- Constitution de réseaux professionnels	Identifier les acteurs de la chaîne du livre (métiers du livre) ; nouer des relations entre les différents métiers S'appuyer sur réseau dans milieu éditorial, culturel, institutionnel Nouer des relations, partenariats avec entreprises/ organisations

#### • Activités et compétences : métiers des bibliothèques

Activités	Compétences (être capable de :)
1- Evolution et enjeux des bibliothèques	Mettre en avant les textes fondateurs du métier de bibliothécaire et les missions culturelles et sociales des bibliothèques Appréhender les politiques culturelles, l'environnement institutionnel, associatif, économique, et l'actualité professionnelle Intégrer les règles, éthique, principes déontologiques et références du métier notamment dans les services publics Inscrire la bibliothèque dans le monde contemporain en intégrant de nouveaux champs de compétences Contribuer à un développement local durable Promouvoir la citoyenneté, répondre aux besoins d'information
2- Services aux publics	Discerner, accueillir, apprécier le contact avec les publics ;

	<p>Identifier les besoins (réels et potentiels) et les pratiques</p> <p>Former les usagers (aux espaces, collections, outils), développer une pédagogie documentaire</p> <p>Posséder les techniques de services aux publics (emprunts, etc.)</p>
3– Traitement, conservation et valorisation	<p>Distinguer les genres de livres, de musique, de films, les collections ; classer, traiter, actualiser les fonds sur tous supports ; maîtriser techniques de classement et catalogage</p> <p>Utiliser les techniques de conservation des supports ; protéger et identifier les documents ; contrôler leur état de conservation ; organiser leur numérisation, conservation partagée...</p> <p>Gérer, diffuser, mettre à disposition, « désheerber », éliminer...</p> <p>Mettre en œuvre une politique d'acquisition, de développement, de valorisation des fonds et collections imprimés et numériques</p>
4– Multimédia et réseaux	<p>Utiliser les logiciels documentaires ; exploiter un système de gestion documentaire (mise à disposition, classement...)</p> <p>Mettre en œuvre des dispositifs de bibliothèques numériques/hybrides ; gérer des produits, dossiers documentaires, portails spécialisés sur le web</p>
5– Politique d'animation et de communication	<p>Animer des activités culturelles ou ludiques : expositions, rencontres, événements</p> <p>Mettre en œuvre ateliers, animer groupe autour d'un événement</p> <p>Promouvoir une image de marque</p>
6– Gestion et techniques managériales	<p>Appréhender cadre et règles de gestion des marchés publics</p> <p>Sélectionner fournisseurs et prestataires, négocier le contrat et contrôler la réalisation de l'intervention, les produits...</p> <p>Mettre en œuvre des techniques managériales</p> <p>Réaliser des audits</p> <p>Mettre à jour les données du budget, du fonctionnement, des activités du service ou de la structure</p> <p>Coordonner l'activité d'une équipe ou d'une structure</p> <p>Développer et entretenir des partenariats (libraires, éditeurs, institutions, écoles, collectivités territoriales, associations ...)</p> <p>Inscrire l'action des bibliothèques dans les politiques des tutelles</p> <p>Traduire les objectifs politiques dans le fonctionnement des bibliothèques ; éclairer les choix des tutelles</p>

• **Activités et compétences : métiers de l'édition**

<b>Activités</b>	<b>Compétences (être capable de :)</b>
1– Collecte et mise en forme des textes et illustrations	<p>Collecter et préparer des textes et des illustrations pour l'édition de livres et de la presse (revue, magazine)</p> <p>S'interroger sur la pertinence des contenus</p> <p>Rédiger des légendes</p> <p>Réaliser les maquettes, mise en page et traitement des images</p> <p>Contrôler textes, épreuves et structure des livres, ouvrages, etc.</p> <p>Maîtriser la langue française et le code typographique</p> <p>Effectuer une relecture-correction</p> <p>Utiliser les signes de correction d'épreuves (la « feuille »)</p>
2– Suivi du processus de fabrication	<p>Dérouler le processus de fabrication</p> <p>Elaborer les dossiers de fabrication ; valider textes et Bon à Tirer</p> <p>Appréhender la chaîne du livre (chaîne graphique, imprimerie...)</p> <p>Suivre le processus d'édition avec tous les intervenants (auteurs, illustrateurs, imprimeurs, correcteurs...)</p> <p>Coordonner les réalisations et fabrication d'ouvrages, contrôler les travaux d'édition</p>
3– Politique de communication, promotion	<p>Appliquer les techniques de rédaction, graphisme et marketing</p> <p>Définir, concevoir et mettre en œuvre des politiques et actions de promotion et de diffusion des ouvrages</p> <p>Organiser des opérations de communication (salons, presse, animation communauté)</p> <p>Mettre en œuvre des relations commerciales (librairies,</p>

	partenariats...); mettre en œuvre les techniques de vente
4- Publication de documents numériques	Réaliser et diffuser des livres numériques Transformer un fichier prêt à l'impression en livre électronique Distinguer les différents formats d'édition électronique

• **Activités et compétences : métiers de la librairie**

<b>Activités</b>	<b>Compétences (être capable de :)</b>
1- Accueil publics, techniques de vente	Accueillir le client, identifier ses besoins, le conseiller, répondre à ses attentes ; écouter, reformuler, argumenter, solutionner Conjuguer argumentation de vente et connaissance du livre Appliquer les techniques de vente (livres, disques, loisirs créatifs, papeterie, fournitures artistiques, services...) Être disponible ; montrer adaptabilité, crédibilité, attitude positive Percevoir le positionnement stratégique du point de vente ; apprécier la zone de chalandise et les concurrents
2- Gestion et comptabilité	Utiliser les outils d'encaissement et de gestion ; gérer les stocks, identifier les besoins en approvisionnement ; gérer les commandes Utiliser les logiciels de librairie et de statistiques de vente Gérer la comptabilité et administrer une structure Réceptionner les produits et contrôler la conformité de la livraison Gérer les fonds et services, les opérations de SAV (retours, etc.) Identifier, effectuer les retours aux distributeurs (désétiqueter, etc.) Maîtriser la vente aux collectivités et les marchés publics Respecter la législation (loi Lang, loi 2003, Code marchés publics) Réaliser des études de marché.
3- Politique d'assortiment et mise en valeur des nouveautés et du fonds	Distinguer les fournisseurs, leurs positionnements éditoriaux, leurs politiques et conditions commerciales Procéder aux achats d'ouvrages ; objectiver les achats sur des critères de sélection des ouvrages Préparer la mise en rayon des produits, articles (étiquetage, antivol, balisage...) et leur installation en magasin ou sur stand Évaluer dans quelle catégorie et quel rayon classer un livre S'informer de la production éditoriale et de l'actualité du livre Saisir les enjeux identitaires et commerciaux du marchandisage Exposer les ouvrages afin de favoriser lecture de l'offre et achats d'impulsion ; mettre en scène de façon dynamique son offre Aménager l'espace et réaliser des vitrines ; mettre en place un calendrier des vitrines ; mesurer l'impact des mises en avant
4- Politique d'animation	Mettre en œuvre une politique d'animation, dans/ hors la librairie Développer et animer des partenariats Renforcer l'identité de la librairie, favoriser la création de trafic Assurer la présence de la librairie hors les murs, notamment par la participation à des manifestations, salons du livre... Discerner les acteurs et réseaux culturels de proximité, les points de vente du livre et l'environnement socio-économique
5- Librairie en ligne	Développer la librairie en ligne et la vente de livres électroniques Gérer un site marchand ; rédiger des articles, s'adapter au web S'inscrire dans ses réseaux de vente de fichiers électroniques

• **Activités et compétences : métiers des musées et du patrimoine**

<b>Activités</b>	<b>Compétences (être capable de :)</b>
1- Gestion et valorisation des œuvres et du patrimoine	Gérer les œuvres, les collections ; utiliser une base de données Recenser patrimoines (fonds, archives publiques) et collections Contrôler le mouvement des œuvres (inventaire, sorties...) Parfaire techniquement l'aspect matériel des œuvres Contrôler l'état de conservation du patrimoine, des collections Discerner les techniques de conservation/ restauration Choisir des opérations de nettoyage, restauration, reconstitution et contrôler la conformité des prestations Organiser, contrôler les transports et conformité administrative

	<p>Discerner les différentes techniques artistiques, etc.          Apprécier les différents artistes, collections, mouvements culturels          S'informer des cotes ; évaluer œuvres, pièces, objets de collection          Acquérir œuvres, pièces, objets ; distinguer les différents principes d'acquisition (achat, don, legs, prêt, dation...)          Disposer d'une culture muséale, patrimoniale ; s'imprégner du milieu des musées et des tendances artistiques ; monter un projet muséographique ou patrimonial (acquisition, événement, exposition...), participer au choix des thèmes, partenariats, prêts</p>
2– Relations avec les publics identification des publics potentiels pour définir des nouveaux services	<p>Accueillir, promouvoir et vendre (boutique, billetterie, réservation)          Mettre en œuvre les techniques d'animation, d'accueil          S'informer des outils, services émergents          Appliquer les principes marketing, utiliser techniques d'enquête          Former les usagers (utilisation des espaces, collections, outils...) ;          mettre en pratique techniques et outils pédagogiques          Conseiller l'utilisateur (enseignant, chercheur, institutionnel, élu...)          Appréhender l'ensemble du milieu culturel et institutionnel          Disposer d'une large culture artistique ; dispenser des interventions/          conférences dans un domaine : arts et traditions populaires/ arts          graphiques, cinémato-, photographiques/ arts industriels, sciences          et techniques industrielles/ Beaux-Arts, arts décoratifs, artisanat          d'art.../ immobilier, bâti, architecture/ livres, manuscrits/ musique/          sciences de l'Homme/ de la vie/ de la terre, environnement...</p>
3– Gestion du service	<p>S'informer de l'actualité culturelle, réglementaire, professionnelle...          Appliquer les principes, utiliser les outils de gestion : budget,          fonctionnement, activité, fréquentation du service ou de la structure          Identifier, sélectionner fournisseurs et prestataires ; négocier les          contrats et contrôler la réalisation des interventions          Disposer de compétences juridiques          Coordonner une équipe, structure ; utiliser outils de gestion de          tâches, de planification          Former les personnels (surveillant, guide-conférencier, vendeur...)          aux collections, aux consignes de sécurité, etc.</p>

## f. Activités et compétences : option *Publicité*

Le DUT Information-Communication option publicité forme un publicitaire généraliste. Il exerce aussi bien dans des agences conseils qu'en agences médias ou chez les annonceurs. Ce professionnel possède des compétences correspondant au poste d'assistant. Avec l'acquisition d'expérience, il évolue vers des fonctions commerciales, stratégiques, créatives ou de production, notamment : chef de publicité, planneur stratégique, consultant, animateur de communauté, chef de projet, concepteur-rédacteur, média-planneur, directeur artistique, responsable marketing.

Ce professionnel maîtrise les méthodes et les outils de communication, de marketing et de réalisations publicitaires. Dans ses relations professionnelles, il mobilise des capacités d'écoute, d'analyse et de synthèse. Il a des compétences commerciales et des aptitudes à la négociation.

Il est également susceptible de réaliser en amont des études quantitatives et qualitatives sur les différents marchés qui serviront à déterminer les arguments, supports et moyens publicitaires pertinents. Il participe à l'élaboration de la stratégie de communication d'un annonceur. Il intervient à toutes les étapes de la campagne : réunions préparatoires, étude et définition des cibles, des objectifs, de l'axe et des thèmes publicitaires, de la teneur du message et de la répartition du budget. Il suit enfin les différentes étapes de la conception à la fabrication, veille au respect des délais et à la maîtrise des coûts, recherche les supports publicitaires, les supports ou opérations hors média et sur les réseaux sociaux, achète les espaces et temps publicitaires (affichage, télévision, presse, cinéma, web ou radio) et négocie le meilleur rapport qualité/ prix.

Le diplômé doit faire preuve d'une grande aisance relationnelle et comportementale, avoir une solide culture générale, être curieux du monde qui l'entoure. Il est doté d'une bonne culture marketing et numérique, connaît la chaîne de production et les médias traditionnels comme les médias digitaux. Il s'intéresse à l'actualité, aux tendances, aux évolutions technologiques et sociologiques. Il allie compétences rédactionnelles et sensibilité esthétique et artistique.

**Codes ROME :**

- E14 Publicité
- E11 Edition et communication

**Activités****Compétences (être capable de :)**

1– Maîtrise du langage et des discours	Mettre en œuvre des notions de sémiologie de l'image Utiliser les procédés rhétoriques et stylistiques Analyser les discours et les images fixes et animées
2– Construction d'un réseau professionnel	Décrypter son environnement professionnel, technique et réglementaire Faire de la veille informationnelle et concurrentielle Suivre l'actualité du secteur de la communication et des médias Entretenir un réseau de prestataires : journaliste, imprimeur, infographiste, créateur de sites web...
3– Etude et définition d'une stratégie marketing et commerciale	Analyser l'environnement Mettre en place une méthodologie adaptée Intégrer la stratégie marketing d'une organisation Réaliser des études de marché Elaborer, interpréter un <i>mix-marketing</i> Expliciter les valeurs et le territoire d'une marque Appréhender le webmarketing, le marketing des réseaux sociaux et le marketing alternatif (marketing sensoriel, <i>street marketing</i> ...) Optimiser la relation client ; négocier avec un client ou un fournisseur
4– Conception d'une stratégie de communication publicitaire	Identifier un contexte, le besoin de l'annonceur Mener une analyse de l'existant en termes d'image et de communication produit Identifier problématique de communication et y répondre (recommandation) Poser un diagnostic (situation, marché, positionnement...) Proposer solution/ méthode adaptées (objectifs, messages, cibles, supports)
5– Conception de messages écrits, visuels, oraux, audiovisuels, numériques, web	Créer et adapter les messages aux objectifs définis User des codes de communication et de leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image fixe ou animée...) Utiliser les méthodes de stratégie créative Décliner et adapter les messages aux différents supports (radio, web, applications mobiles, <i>print</i> , réseaux sociaux...) Intégrer les contraintes législatives et réglementaires Développer créativité et sens esthétique Formuler des idées et des concepts créatifs, et les justifier
6– Réalisation de produits et supports de communication écrits, visuels, audios, audiovisuels, numériques, web	Administrer le contenu d'un site web Animer un blog ou une page sur un réseau social Référencer les contenus numériques Mettre en œuvre les principales techniques de production numérique Assimiler l'ensemble de la chaîne graphique Utiliser logiciels PAO, retouche d'image, montage vidéo, édition multimédia
7– Elaboration de la stratégie des moyens publicitaires	Sélectionner les moyens médias et hors médias appropriés Elaborer un plan média Répartir les budgets (création, fabrication, achat d'espaces...) Sélectionner les projets de campagne Soumettre à la validation interne et des commanditaires Evaluer la campagne et mettre en place des actions correctives
8– Gestion matérielle et logistique de la publicité	Etablir le cahier des charges pour les créatifs et les partenaires Construire et contrôler un budget ; s'informer des prix du marché Planifier la réalisation matérielle et logistique des actions, produits, supports Sélectionner fournisseurs/ prestataires ; négocier les conditions du contrat Contrôler la réalisation de l'intervention, la qualité des produits
9– Développement de la stratégie et coordination des outils complémentaires	Concevoir et mettre en place une campagne de marketing direct Réaliser la promotion des ventes Concevoir des actions événementielles, de relations publiques et presse Utiliser les ressources du stylisme ( <i>design</i> ), du conditionnement et de l'emballage ( <i>packaging</i> ), de l'aménagement d'espace



### 3. Organisation générale de la formation

#### a. Descriptif de la formation

L'obtention du DUT Information-Communication conduit à l'attribution de 120 crédits ECTS (*European Credits Transfer System*), chaque semestre validé valant 30 crédits ECTS.

La durée de formation encadrée – hors projet tutoré et stages – est de 1620 heures, réparties sur 4 semestres.

La répartition des horaires en différents formats d'enseignements suit, dans chaque option, le découpage suivant :

- cours magistral (CM) : 370 heures (soit 23 % du volume global)
- travaux dirigés (TD) devant un groupe de 28 étudiants : 760 heures (47 %)
- travaux pratiques (TP) devant un groupe de 14 étudiants : 490 heures (30%)

Toutefois, dans l'option Journalisme, afin d'une part de faire converger la formation avec le référentiel commun de la Conférence nationale des métiers du journalisme/ MESR, et d'autre part de se conformer à l'un des critères de reconnaissance des écoles par la Commission partiaria nationale de l'emploi des journalistes, le volume des travaux pratiques pourra, en fonction notamment des équipements à disposition, être exceptionnellement de 610 heures (37%) : les heures TD marquées d'une astérisque dans les tableaux en 3.b seront alors effectuées en TP.

Chaque semestre, l'enseignement est organisé en 4 unités d'enseignement (UE), découpées à leur tour en modules.

Trois UE aux semestres 1 et 2 et deux UE aux semestres 3 et 4 sont communes à toutes les options et forment le « tronc commun » du DUT information et communication, ce dernier est complété par des UE « professionnelles » spécifiques à chacune des 5 options : deux aux S1 et S2 et une aux S3 et S4.

Des modules complémentaires sont en outre destinés à compléter le parcours de l'étudiant. Ces modules correspondent aux compétences nécessaires pour l'exercice d'un métier à un niveau III de certification, en insertion professionnelle immédiate à l'issue du DUT.

Toutefois, si l'étudiant souhaite privilégier une poursuite d'études vers d'autres formations de l'enseignement supérieur (niveau I ou II de certification), des modules complémentaires destinés à favoriser cette orientation lui sont proposés dans le cadre de l'adaptation de son parcours de formation, en fonction de son projet personnel et professionnel (PPP).

Les modules complémentaires, quel que soit le parcours privilégié par l'étudiant, font partie intégrante du diplôme. Dans ce présent PPN figurent les modules complémentaires concernant l'insertion professionnelle immédiate, les autres modules complémentaires de poursuite d'étude substituables en volume horaire et en coefficient font l'objet d'un document annexe et sont élaborés par l'IUT sur les préconisations de la commission pédagogique nationale.

Dans toutes les options et sur l'ensemble des semestres, les enseignements relatifs aux langues, expression et communication représentent 310 heures (100h en expression et 210h en langues), réparties en 160 heures TD et 150 heures TP ; ces enseignements correspondent à 21 coefficients (sur les 120 de la formation) : 7 en expression, 8 en anglais, 6 pour la deuxième langue vivante.

NB : Pour le DUT Information-Communication, la « communication » étant un des enjeux majeur de cette spécialité, il est précisé que l'intitulé « Langue, expression, communication » utilisé par l'arrêté du 3 août 2005 devient dans ce présent programme « Expression et langues ».

Enfin, dans le cadre d'une adaptation de la formation à son environnement, une modulation de 20 % peut être appliquée par les équipes pédagogiques aux programmes de chacune des options, en fonction de spécificités locales (encadrement pédagogique, débouchés professionnels, etc.).

Les modalités de contrôle des connaissances et des aptitudes sont fixées conformément aux dispositions de l'arrêté du 3 août 2005. Les coefficients de chacun des modules, et ceux des UE, sont mentionnés dans les tableaux synthétiques suivants, qui reprennent l'ensemble des 5 options du PPN de la spécialité Information-Communication.

## b. Tableaux synthétiques du programme pédagogique national, par option

## • Option Communication des organisations (semestres 1 et 2)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 1</b>						
<b>UE11</b>	<b>Introduction en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M1101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M1102	Anglais	2		15	15	30
M1103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE12</b>	<b>Initiation aux sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>120</b>
M1201	Module d'adaptation pour différents publics	2	15	15		30
M1202	Économie générale	2	20	10		30
M1203	Sociologie	2	20	10		30
M1204	Théories de l'information et de la communication	2	20	10		30
<b>UE13</b>	<b>Impulsion professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>105</b>
M1301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M1302	Étude des organisations	2	15	15		30
M1303	Init. à la recherche d'information, intelligence économique	1		10	10	20
M1304	Bases informatiques	2		10	20	30
M1305	Introduction à la gestion de projet ( <i>comptabilisée au S2, M2304</i> )	–		10		10
<b>UE14C</b>	<b>Instauration de méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>120</b>
M14C01	Communication des organisations	3	15	15		30
M14C02	Médias : usages et marchés	2	15	15		30
M14C03	Organisations professionnelles	2	10	10	10	30
M14C04	Outils informatiques	3		10	20	30
<b>total semestre 1</b>		<b>30</b>	<b>130</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>430</b>
<b>semestre 2</b>						
<b>UE21</b>	<b>Développement en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>90</b>
M2101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M2102	Anglais	2		20	15	35
M2103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE22</b>	<b>Décryptage en sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>95</b>
M2201	Linguistique, sémiologie	2	10	10		20
M2202	Approfondissement en sciences humaines et sociales	3	20	20		40
M2203	Culture générale et humanités	2	10	10		20
M2204	Culture numérique	1	5	10		15
<b>UE23</b>	<b>Découverte professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M2301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M2302	Principes du droit, droit du travail	2	20	10		30
M2303	Initiation aux techniques et pratiques (image, son...)	2			30	30
M2304	Gestion de projet	1		10		10
M2305	Stage de découverte ( <i>2 semaines min. Comptabilisé au S4, M4202</i> )	–				–
<b>UE24C</b>	<b>Déploiement des méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>195</b>
M24C01	Études et techniques d'enquêtes	1	10	10	10	30
M24C02	PAO	2		10	20	30
M24C03	Outils de communication spécifique	2	10	10	10	30
M24C04	Atelier de mise en pratique professionnelle (niv. 1)	2			40	40
M24C05	Sémiologie de l'image	1	20	10		30
M24C06	Multimédia et web	2	5	5	25	35
<b>total semestre 2</b>		<b>30</b>	<b>110</b>	<b>180</b>	<b>175</b>	<b>465</b>
<b>total semestres 1 et 2</b>		<b>60</b>	<b>240</b>	<b>380</b>	<b>275</b>	<b>895</b>

• Option Communication des organisations (semestres 3 et 4)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 3</b>						
<b>UE31</b>	<b>Progression en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M3101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M3102	Anglais	3		20	15	35
M3103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
<b>UE32</b>	<b>Préfiguration professionnelle</b>	<b>7</b>				<b>65</b>
M3201	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M3202	Droit de l'information et de la communication	1	10	10		20
M3203	Outils de communication numérique	2		20	10	30
M3204	Projet tutoré (120 heures de travail personnel)	3				–
<b>UE33C</b>	<b>Prolongement des méthodes et pratiques</b>	<b>11</b>				<b>195</b>
M33C01	Audiovisuel	2		10	20	30
M33C02	Edition	2		20	10	30
M33C03	Techniques de gestion	1	10	10		20
M33C04	Marketing	2	10	20		30
M33C05	Communication événementielle	1	10	10		20
M33C06	Stratégies de communication	2	15	15	10	40
M33C07	Plan média	1	5	10	10	25
<b>UE34C</b>	<b>Modules complémentaires préliminaires</b>	<b>6</b>				<b>100</b>
M34C01C	Ecrire pour le web	1,5	5	15	5	25
M34C02C	Communications de crise, financière, responsable...	1,5	5	15	5	25
M34C03C	Communication interculturelle	1,5	5	15	5	25
M34C04C	Mécénat et <i>sponsoring</i>	1,5	5	15	5	25
<b>total semestre 3</b>		<b>30</b>	<b>80</b>	<b>245</b>	<b>120</b>	<b>445</b>
<b>semestre 4</b>						
<b>UE41</b>	<b>Conclusion en expression et langues</b>	<b>4</b>				<b>65</b>
M4101	Expression/ préparation au mémoire de stage	1			10	10
M4102	Anglais	1		10	10	20
M4103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
M4104	Projet personnel et professionnel	1		15		15
<b>UE42</b>	<b>Concrétisation professionnelle</b>	<b>17</b>				<b>0</b>
M4201	Projet tutoré (180 heures de travail personnel)	5				–
M4202	Stage d'application (8 semaines minimum)	12	(dont			–
<b>UE43C</b>	<b>Consolidation des méthodes et pratiques</b>	<b>5</b>				<b>115</b>
M43C01	Gestion des ressources humaines	1	10	10		20
M43C02	Webmarketing	1	10	10		20
M43C03	Communication numérique	1	10		10	20
M43C04	Atelier de mise en pratique professionnelle (niv. 2)	2		25	30	55
<b>UE44C</b>	<b>Modules complémentaires de continuation</b>	<b>4</b>				<b>100</b>
M44C01C	Analyse de l'actualité	1	5	15	5	25
M44C02C	Communication culturelle	1	5	15	5	25
M44C03C	Création d'entreprise	1	5	15	5	25
M44C04C	Sociologie de la consommation	1	5	10	10	25
<b>total semestre 4</b>		<b>30</b>	<b>50</b>	<b>135</b>	<b>95</b>	<b>280</b>
<b>total semestres 3 et 4</b>		<b>60</b>	<b>130</b>	<b>380</b>	<b>215</b>	<b>725</b>
<b>total DUT</b>		<b>120</b>	<b>370</b>	<b>760</b>	<b>490</b>	<b>1620</b>

Pour ce qui concerne « Apprendre Autrement », l'article 15 de l'arrêté de l'arrêté du 3 août 2005 précise « qu'un volume horaire de l'ordre de 10 % de la formation encadrée doit y être consacré et qu'il doit être dispensé dans chacun des enseignements et fait l'objet de modules spécifiques ».

## • Option Information numérique dans les organisations (semestres 1 et 2)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 1</b>						
<b>UE11</b>	<b>Introduction en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M1101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M1102	Anglais	2		15	15	30
M1103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE12</b>	<b>Initiation aux sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>120</b>
M1201	Module d'adaptation pour différents publics	2	15	15		30
M1202	Économie générale	2	20	10		30
M1203	Sociologie	2	20	10		30
M1204	Théories de l'information et de la communication	2	20	10		30
<b>UE13</b>	<b>Impulsion professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>105</b>
M1301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M1302	Etude des organisations	2	15	15		30
M1303	Init. à la recherche d'information, intelligence économique	1		10	10	20
M1304	Bases informatiques	2		10	20	30
M1305	Introduction à la gestion de projet ( <i>comptabilisée au S2, M2304</i> )	–		10		10
<b>UE14I</b>	<b>Instauration de méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>115</b>
M14101	Culture de l'information	1	10			10
M14102	Bases de la communication	2	10	10		20
M14103	Recherche d'informations spécialisées	2		10	10	20
M14104	Publication web, PAO	2	5	10	10	25
M14105	Réalisation audiovisuelle : photo, son	1	5		15	20
M14106	Analyse de contenu, synthèse et résumé	2		20		20
<b>total semestre 1</b>		<b>30</b>	<b>120</b>	<b>200</b>	<b>105</b>	<b>425</b>
<b>semestre 2</b>						
<b>UE21</b>	<b>Développement en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>90</b>
M2101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M2102	Anglais	2		20	15	35
M2103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE22</b>	<b>Décryptage en sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>95</b>
M2201	Linguistique, sémiologie	2	10	10		20
M2202	Approfondissement en sciences humaines et sociales	3	20	20		40
M2203	Culture générale et humanités	2	10	10		20
M2204	Culture numérique	1	5	10		15
<b>UE23</b>	<b>Découverte professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M2301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M2302	Principes du droit, droit du travail	2	20	10		30
M2303	Initiation aux techniques et pratiques (image, son...)	2			30	30
M2304	Gestion de projet	1		10		10
M2305	Stage de découverte ( <i>2 semaines min. Comptabilisé au S4, M4202</i> )	–				–
<b>UE24I</b>	<b>Déploiement des méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>140</b>
M24101	Economie de l'information	2	10	10		20
M24102	E-réputation	2		10	10	20
M24103	Bases de données documentaires	2	8		12	20
M24104	Veille informationnelle	2	8	10	12	30
M24105	Conception de site web	1	4	10	16	30
M24106	Métadonnées	1	5	5	10	20
<b>total semestre 2</b>		<b>30</b>	<b>100</b>	<b>180</b>	<b>130</b>	<b>410</b>
<b>total semestres 1 et 2</b>		<b>60</b>	<b>220</b>	<b>380</b>	<b>235</b>	<b>835</b>

## • Option Information numérique dans les organisations (semestres 3 et 4)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 3</b>						
<b>UE31</b>	<b>Progression en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M3101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M3102	Anglais	3		20	15	35
M3103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
<b>UE32</b>	<b>Préfiguration professionnelle</b>	<b>7</b>				<b>65</b>
M3201	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M3202	Droit de l'information et de la communication	1	10	10		20
M3203	Outils de communication numérique	2		20	10	30
M3204	Projet tutoré (120 heures de travail personnel)	3				0
<b>UE33I</b>	<b>Prolongement des méthodes et pratiques</b>	<b>11</b>				<b>220</b>
M33I01	Formation des usagers	1		10	10	20
M33I02	Stratégie de communication numérique	1		20	10	30
M33I03	Intelligence collective	2		20	10	30
M33I04	Analyse d'un système d'information	2	10	20		30
M33I05	Bases de données relationnelles	1	10	10	10	30
M33I06	Prestations de veille	2	10	10	10	30
M33I07	Gestion d'une photothèque/ vidéothèque	1	10	10	10	30
M33I08	Archivage numérique	1	10	10		20
<b>UE34I</b>	<b>Modules complémentaires préliminaires</b>	<b>6</b>				<b>100</b>
M34I01C	Contextes professionnels spécifiques	1,5	10	10	5	25
M34I02C	Préparation au stage	1,5	10	10	5	25
M34I03C	Ouverture culturelle	1,5	10	10	5	25
M34I04C	Développement personnel	1,5	10	10	5	25
<b>total semestre 3</b>		<b>30</b>	<b>100</b>	<b>240</b>	<b>130</b>	<b>470</b>
<b>semestre 4</b>						
<b>UE41</b>	<b>Conclusion en expression et langues</b>	<b>4</b>				<b>65</b>
M4101	Expression/ préparation au mémoire de stage	1			10	10
M4102	Anglais	1		10	10	20
M4103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
M4104	Projet personnel et professionnel	1		15		15
<b>UE42</b>	<b>Concrétisation professionnelle</b>	<b>17</b>				<b>0</b>
M4201	Projet tutoré (180 heures de travail personnel)	5				–
M4202	Stage d'application (8 semaines minimum)	12	(dont stage M2305)			–
<b>UE43I</b>	<b>Consolidation des méthodes et pratiques</b>	<b>5</b>				<b>150</b>
M43I01	Mise en place d'un système d'information	1	10	15	10	35
M43I02	Projet de veille	1		15	20	35
M43I03	Projet éditorial collaboratif	1		15	20	35
M43I04	Projet de dématérialisation	1		15	15	30
M43I05	Référencement web	1		5	10	15
<b>UE44I</b>	<b>Modules complémentaires de continuation</b>	<b>4</b>				<b>100</b>
M44I01C	Pratiques professionnelles spécialisées	1	10	10	5	25
M44I02C	Recherche d'emploi/ préparation aux concours	1	10	10	5	25
M44I03C	Ouverture interculturelle	1	10	10	5	25
M44I04C	Développement interpersonnel	1	10	10	5	25
<b>total semestre 4</b>		<b>30</b>	<b>50</b>	<b>140</b>	<b>125</b>	<b>315</b>
<b>total semestres 3 et 4</b>		<b>60</b>	<b>150</b>	<b>380</b>	<b>255</b>	<b>785</b>
<b>total DUT</b>		<b>120</b>	<b>370</b>	<b>760</b>	<b>490</b>	<b>1620</b>

Pour ce qui concerne « Apprendre Autrement », l'article 15 de l'arrêté de l'arrêté du 3 août 2005 précise « qu'un volume horaire de l'ordre de 10 % de la formation encadrée doit y être consacrée et qu'il doit être dispensé dans chacun des enseignements et fait l'objet de modules spécifiques ».

## • Option Journalisme (semestres 1 et 2)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 1</b>						
<b>UE11</b>	<b>Introduction en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M1101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M1102	Anglais	2		15	15	30
M1103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE12</b>	<b>Initiation aux sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>120</b>
M1201	Module d'adaptation pour différents publics	2	15	15		30
M1202	Économie générale	2	20	10		30
M1203	Sociologie	2	20	10		30
M1204	Théories de l'information et de la communication	2	20	10		30
<b>UE13</b>	<b>Impulsion professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>105</b>
M1301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M1302	Etude des organisations	2	15	15		30
M1303	Init. à la recherche d'information, intelligence économique	1		10	10	20
M1304	Bases informatiques	2		10	20	30
M1305	Introduction à la gestion de projet ( <i>comptabilisée au S2, M2304</i> )	–		10		10
<b>UE14J</b>	<b>Instauration de méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>150</b>
M14J01	Outils du journalisme	2			40	40
M14J02	Droit et connaissance des institutions	2	20	10		30
M14J03	Sociologie des médias et du journalisme	2	20	10		30
M14J04	Histoire des médias et du journalisme	2	20	10		30
M14J05	Suivi de l'actualité	2		20		20
<b>total semestre 1</b>		<b>30</b>	<b>150</b>	<b>200</b>	<b>110</b>	<b>460</b>
<b>semestre 2</b>						
<b>UE21</b>	<b>Développement en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>90</b>
M2101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M2102	Anglais	2		20	15	35
M2103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE22</b>	<b>Décryptage en sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>95</b>
M2201	Linguistique, sémiologie	2	10	10		20
M2202	Approfondissement en sciences humaines et sociales	3	20	20		40
M2203	Culture générale et humanités	2	10	10		20
M2204	Culture numérique	1	5	10		15
<b>UE23</b>	<b>Découverte professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M2301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M2302	Principes du droit, droit du travail	2	20	10		30
M2303	Initiation aux techniques et pratiques (image, son...)	2			30	30
M2304	Gestion de projet	1		10		10
M2305	Stage de découverte ( <i>2 semaines min. Comptabilisé au S4, M4202</i> )	–				–
<b>UE24J</b>	<b>Déploiement des méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>130</b>
M24J01	Économie des médias et du journalisme	2	20	10		30
M24J02	Écritures journalistiques, presse et web	2			30	30
M24J03	Écritures audiovisuelles (radio, télévision)	2			30	30
M24J04	Gestion des flux d'information	2		15		15
M24J05	Analyse critique de l'information	2		25		25
<b>total semestre 2</b>		<b>30</b>	<b>85</b>	<b>185</b>	<b>130</b>	<b>400</b>
<b>total semestres 1 et 2</b>		<b>60</b>	<b>235</b>	<b>385</b>	<b>240</b>	<b>860</b>

## • Option Journalisme (semestres 3 et 4)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 3</b>						
<b>UE31</b>	<b>Progression en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M3101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M3102	Anglais	3		20	15	35
M3103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
<b>UE32</b>	<b>Préfiguration professionnelle</b>	<b>7</b>				<b>65</b>
M3201	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M3202	Droit de l'information et de la communication	1	10	10		20
M3203	Outils de communication numérique	2		20	10	30
M3204	Projet tutoré (120 heures de travail personnel)	3				
<b>UE33J</b>	<b>Prolongement des méthodes et pratiques</b>	<b>11</b>				<b>220</b>
M33J01	Déontologie du journalisme	2	20	10		30
M33J02	Sociologie et enjeux du web	2	25			25
M33J03	Techniques de l'information en ligne	2	10	10	20	40
M33J04	Réalisations éditoriales	2			50	50
M33J05	Traitement de l'information internationale	1		20		20
M33J06	Les interlocuteurs du journalisme	1		25		25
M33J07	Techniques rédactionnelles	1			30	30
<b>UE34J</b>	<b>Modules complémentaires préliminaires</b>	<b>6</b>				<b>100</b>
M34J01C	Etudes et techniques d'enquête	2	10	10	10	30
M34J02C	Graphies et images	2	10	10	20	40
M34J03C	Réalisation radio et télévisuelles	2		30*		30
<b>total semestre 3</b>		<b>30</b>	<b>85</b>	<b>205</b>	<b>180</b>	<b>470</b>
<b>semestre 4</b>						
<b>UE41</b>	<b>Conclusion en expression et langues</b>	<b>4</b>				<b>65</b>
M4101	Expression/ préparation au mémoire de stage	1			10	10
M4102	Anglais	1		10	10	20
M4103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
M4104	Projet personnel et professionnel	1		15		15
<b>UE42</b>	<b>Concrétisation professionnelle</b>	<b>17</b>				<b>0</b>
M4201	Projet tutoré (180 heures de travail personnel)	5				–
M4202	Stage d'application (8 semaines minimum)	12	(dont stage)			–
<b>UE43J</b>	<b>Consolidation des méthodes et pratiques</b>	<b>5</b>				<b>125</b>
M43J01	Conception éditoriale	1	10	25		35
M43J02	Enjeux stratégiques de l'information	1	20			20
M43J03	Environnement et organisation du journalisme	1	20			20
M43J04	Traitement de l'information spécialisée	2		30	20	50
<b>UE44J</b>	<b>Modules complémentaires de continuation</b>	<b>4</b>				<b>100</b>
M44J01C	Ateliers de réalisation : presse	1		25*		25
M44J02C	Ateliers de réalisation : radio	1		25*		25
M44J03C	Ateliers de réalisation : TV	1		25*		25
M44J04C	Ateliers de réalisation : Internet	1		25*		25
<b>total semestre 4</b>		<b>30</b>	<b>50</b>	<b>190</b>	<b>50</b>	<b>290</b>
<b>total semestres 3 et 4</b>		<b>60</b>	<b>135</b>	<b>395</b>	<b>230</b>	<b>760</b>
<b>total DUT</b>		<b>120</b>	<b>370</b>	<b>780</b>	<b>470</b>	<b>1620</b>

Pour ce qui concerne « Apprendre Autrement », l'article 15 de l'arrêté du 3 août 2005 précise « qu'un volume horaire de l'ordre de 10 % de la formation encadrée doit y être consacré et qu'il doit être dispensé dans chacun des enseignements et fait l'objet de modules spécifiques ».

\* : En fonction du contexte local, notamment de la disponibilité du matériel, ces heures peuvent être effectuées sous forme de TP (cf. 3.a.)

## • Option Métiers du livre et du patrimoine (semestres 1 et 2)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 1</b>						
<b>UE11</b>	<b>Introduction en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M1101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M1102	Anglais	2		15	15	30
M1103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE12</b>	<b>Initiation aux sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>120</b>
M1201	Module d'adaptation pour différents publics	2	15	15		30
M1202	Économie générale	2	20	10		30
M1203	Sociologie	2	20	10		30
M1204	Théories de l'information et de la communication	2	20	10		30
<b>UE13</b>	<b>Impulsion professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>105</b>
M1301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M1302	Étude des organisations	2	15	15		30
M1303	Init. à la recherche d'information, intelligence économique	1		10	10	20
M1304	Bases informatiques	2		10	20	30
M1305	Introduction à la gestion de projet ( <i>comptabilisée au S2, M2304</i> )	–		10		10
<b>UE14M</b>	<b>Instauration de méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>100</b>
M14M01	Histoire du livre, bibliologie/ Histoire de l'art et du patrimoine	3	30			30
M14M02	Techniques documentaires	3		10	20	30
M14M03	Outils spécifiques aux différents métiers	4			40	40
<b>total semestre 1</b>		<b>30</b>	<b>120</b>	<b>160</b>	<b>130</b>	<b>410</b>
<b>semestre 2</b>						
<b>UE21</b>	<b>Développement en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>90</b>
M2101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M2102	Anglais	2		20	15	35
M2103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE22</b>	<b>Décryptage en sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>95</b>
M2201	Linguistique, sémiologie	2	10	10		20
M2202	Approfondissement en sciences humaines et sociales	3	20	20		40
M2203	Culture générale et humanités	2	10	10		20
M2204	Culture numérique	1	5	10		15
<b>UE23</b>	<b>Découverte professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M2301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M2302	Principes du droit, droit du travail	2	20	10		30
M2303	Initiation aux techniques et pratiques (image, son...)	2			30	30
M2304	Gestion de projet	1		10		10
M2305	Stage de découverte ( <i>2 semaines min. Comptabilisé au S4, M4202</i> )	–				–
<b>UE24M</b>	<b>Déploiement des méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>110</b>
M24M01	Indexation et catalogage	2		20		20
M24M02	Informatique documentaire	2			30	30
M24M03	Sociologie de la lecture, pratiques culturelles	3	20	10		30
M24M04	Techniques spécifiques aux différents métiers	3		30		30
<b>total semestre 2</b>		<b>30</b>	<b>85</b>	<b>195</b>	<b>100</b>	<b>380</b>
<b>total semestres 1 et 2</b>		<b>60</b>	<b>205</b>	<b>355</b>	<b>230</b>	<b>790</b>



## • Option Métiers du livre et du patrimoine (semestres 3 et 4)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 3</b>						
<b>UE31</b>	<b>Progression en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M3101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M3102	Anglais	3		20	15	35
M3103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
<b>UE32</b>	<b>Préfiguration professionnelle</b>	<b>7</b>				<b>65</b>
M3201	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M3202	Droit de l'information et de la communication	1	10	10		20
M3203	Outils de communication numérique	2		20	10	30
M3204	Projet tutoré (120 heures de travail personnel)	3				0
<b>UE33M</b>	<b>Prolongement des méthodes et pratiques</b>	<b>11</b>				<b>265</b>
M33M01	Recherches bibliographiques et documentaires	1			30	30
M33M02	Économie des biens culturels	1		15		15
M33M03	Droit de la propriété littéraire et artistique	1	20			20
M33M04	Étude des publics, animation et communication	1	20	10		30
M33M05	Logiciels de gestion spécifiques	1			30	30
M33M06	Organisation politique et administrative - Politiques culturelles	2	30			30
M33M07	Publication assistée par ordinateur	1			30	30
M33M08	Techniques spécifiques aux différents métiers	3		50	30	80
<b>UE34M</b>	<b>Modules complémentaires préliminaires</b>	<b>6</b>				<b>100</b>
M34M01C	Sensibilisation aux métiers	1,5	10	15		25
M34M02C	Maîtrise professionnelle de l'écrit	1,5		25		25
M34M03C	Communication interculturelle	1,5	10	15		25
M34M04C	Culture générale et connaissance des fonds	1,5	10	15		25
<b>total semestre 3</b>		<b>30</b>	<b>110</b>	<b>235</b>	<b>170</b>	<b>515</b>
<b>semestre 4</b>						
<b>UE41</b>	<b>Conclusion en expression et langues</b>	<b>4</b>				<b>65</b>
M4101	Expression/ préparation au mémoire de stage	1			10	10
M4102	Anglais	1		10	10	20
M4103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
M4104	Projet personnel et professionnel	1		15		15
<b>UE42</b>	<b>Concrétisation professionnelle</b>	<b>17</b>				<b>0</b>
M4201	Projet tutoré (180 heures de travail personnel)	5				-
M4202	Stage d'application (8 semaines minimum)	12	(dont stage M2305)			-
<b>UE43M</b>	<b>Consolidation des méthodes et pratiques</b>	<b>5</b>				<b>150</b>
M43M01	Ateliers	1	10		20	30
M43M02	Documents électroniques	1			30	30
M43M03	Note de synthèse	1		30		30
M43M04	Production éditoriale et politique d'acquisition	1	30			30
M43M05	Techniques spécifiques aux différents métiers	1		30		30
<b>UE44M</b>	<b>Modules complémentaires de continuation</b>	<b>4</b>				<b>100</b>
M44M01C	Médiation et communication	1	5	20		25
M44M02C	Commerce et gestion des biens et services culturels	1	5	20		25
M44M03C	Outils d'insertion et préparation aux concours	1	5	20		25
M44M04C	Techniques spécifiques aux différents métiers	1		15	10	25
<b>total semestre 4</b>		<b>30</b>	<b>55</b>	<b>170</b>	<b>90</b>	<b>315</b>
<b>total semestres 3 et 4</b>		<b>60</b>	<b>165</b>	<b>405</b>	<b>260</b>	<b>830</b>
<b>total DUT</b>		<b>120</b>	<b>370</b>	<b>760</b>	<b>490</b>	<b>1620</b>

Pour ce qui concerne « Apprendre Autrement », l'article 15 de l'arrêté du 3 août 2005 précise « qu'un volume horaire de l'ordre de 10 % de la formation encadrée doit y être consacrée et qu'il doit être dispensé dans chacun des enseignements et fait l'objet de modules spécifiques ».

## • Option Publicité (semestres 1 et 2)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 1</b>						
<b>UE11</b>	<b>Introduction en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M1101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M1102	Anglais	2		15	15	30
M1103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE12</b>	<b>Initiation aux sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>120</b>
M1201	Module d'adaptation pour différents publics	2	15	15		30
M1202	Économie générale	2	20	10		30
M1203	Sociologie	2	20	10		30
M1204	Théories de l'information et de la communication	2	20	10		30
<b>UE13</b>	<b>Impulsion professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>105</b>
M1301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M1302	Étude des organisations	2	15	15		30
M1303	Init. à la recherche d'information, intelligence économique	1		10	10	20
M1304	Bases informatiques	2		10	20	30
M1305	Introduction à la gestion de projet ( <i>comptabilisée au S2, M2304</i> )	–		10		10
<b>UE14P</b>	<b>Instauration de méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>140</b>
M14P01	Marketing fondamental	3	25	15		40
M14P02	Stratégie de communication	2	20	10		30
M14P03	Créativité	1		10		10
M14P04	Communication visuelle	2		20	10	30
M14P05	TIC et médias sociaux	2	10	10	10	30
<b>total semestre 1</b>		<b>30</b>	<b>145</b>	<b>215</b>	<b>90</b>	<b>450</b>
<b>semestre 2</b>						
<b>UE21</b>	<b>Développement en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>90</b>
M2101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M2102	Anglais	2		20	15	35
M2103	2 <sup>e</sup> langue vivante	2		15	10	25
<b>UE22</b>	<b>Décryptage en sciences humaines et sociales</b>	<b>8</b>				<b>95</b>
M2201	Linguistique, sémiologie	2	10	10		20
M2202	Approfondissement en sciences humaines et sociales	3	20	20		40
M2203	Culture générale et humanités	2	10	10		20
M2204	Culture numérique	1	5	10		15
<b>UE23</b>	<b>Découverte professionnelle</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M2301	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M2302	Principes du droit, droit du travail	2	20	10		30
M2303	Initiation aux techniques et pratiques (image, son...)	2			30	30
M2304	Gestion de projet	1		10		10
M2305	Stage de découverte ( <i>2 semaines min. Comptabilisé au S4, M4202</i> )	–				–
<b>UE24P</b>	<b>Déploiement des méthodes et pratiques</b>	<b>10</b>				<b>160</b>
M24P01	Communication médias	2	10	10		20
M24P02	Communication hors médias, marketing alternatif	2	25	10		35
M24P03	Création publicitaire (niv. 1)	2		20	10	30
M24P04	Conception rédaction (niv. 1)	1		10	5	15
M24P05	Production et PAO	1			20	20
M24P06	Multimédia et web	1			20	20
M24P07	Culture et tendances publicitaires	1	10	10		20
<b>total semestre 2</b>		<b>30</b>	<b>110</b>	<b>195</b>	<b>125</b>	<b>430</b>
<b>total semestres 1 et 2</b>		<b>60</b>	<b>255</b>	<b>410</b>	<b>215</b>	<b>880</b>

## • Option Publicité (semestres 3 et 4)

réf.	intitulé	coef.	CM	TD	TP	tot.
<b>semestre 3</b>						
<b>UE31</b>	<b>Progression en expression et langues</b>	<b>6</b>				<b>85</b>
M3101	Expression écrite et orale	2		15	15	30
M3102	Anglais	3		20	15	35
M3103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
<b>UE32</b>	<b>Préfiguration professionnelle</b>	<b>7</b>				<b>65</b>
M3201	Projet personnel et professionnel	1		15		15
M3202	Droit de l'information et de la communication	1	10	10		20
M3203	Outils de communication numérique	2		20	10	30
M3204	Projet tutoré (120 heures de travail personnel)	3				0
<b>UE33P</b>	<b>Prolongement des méthodes et pratiques</b>	<b>11</b>				<b>200</b>
M33P01	Marketing d'études	2	20	10	5	35
M33P02	Webmarketing	1	10	10		20
M33P03	Gestion d'activités	2	15	10	5	30
M33P04	Création publicitaire (niv. 2)	2		20	10	30
M33P05	Conception rédaction (niv. 2)	1		15	10	25
M33P06	Audiovisuel (niv. 2)	1			20	20
M33P07	PAO	1			20	20
M33P08	Web	1			20	20
<b>UE34P</b>	<b>Modules complémentaires préliminaires</b>	<b>6</b>				<b>100</b>
M34P01C	Management	1,5	10	10	5	25
M34P02C	Sociologie du consommateur	1,5	10	10	5	25
M34P03C	Communication événementielle	1,5		15	10	25
M34P04C	Techniques de recherche d'emploi	1,5		15	10	25
<b>total semestre 3</b>		<b>30</b>	<b>75</b>	<b>205</b>	<b>170</b>	<b>450</b>
<b>semestre 4</b>						
<b>UE41</b>	<b>Conclusion en expression et langues</b>	<b>4</b>				<b>65</b>
M4101	Expression/ préparation au mémoire de stage	1			10	10
M4102	Anglais	1		10	10	20
M4103	2 <sup>e</sup> langue vivante	1		10	10	20
M4104	Projet personnel et professionnel	1		15		15
<b>UE42</b>	<b>Concrétisation professionnelle</b>	<b>17</b>				<b>0</b>
M4201	Projet tutoré (180 heures de travail personnel)	5				–
M4202	Stage d'application (8 semaines minimum)	12	(dont stage M2305)			–
<b>UE43P</b>	<b>Consolidation des méthodes et pratiques</b>	<b>5</b>				<b>125</b>
M43P01	Stratégie marketing	1	10	20		30
M43P02	Marketing direct et relation client	2	10	15	10	35
M43P03	Atelier recommandation	1		20	10	30
M43P04	Atelier créatif	1		10	20	30
<b>UE44P</b>	<b>Modules complémentaires de continuation</b>	<b>4</b>				<b>100</b>
M44P01C	Contenu de marque	1		15	10	25
M44P02C	Communication narrative (storytelling)	1		10	15	25
M44P03C	Relations avec un prestataire	1	10	10	5	25
M44P04C	Stratégie de communication digitale	1	10	10	5	25
<b>total semestre 4</b>		<b>30</b>	<b>40</b>	<b>145</b>	<b>105</b>	<b>290</b>
<b>total semestres 3 et 4</b>		<b>60</b>	<b>115</b>	<b>350</b>	<b>275</b>	<b>740</b>
<b>total DUT</b>		<b>120</b>	<b>370</b>	<b>760</b>	<b>490</b>	<b>1620</b>

Pour ce qui concerne « Apprendre Autrement », l'article 15 de l'arrêté du 3 août 2005 précise « qu'un volume horaire de l'ordre de 10 % de la formation encadrée doit y être consacrée et qu'il doit être dispensé dans chacun des enseignements et fait l'objet de modules spécifiques ».

## c. Projets tutorés et stages

### • Projets tutorés

Les projets tutorés permettent de mobiliser l'ensemble des enseignements dans le cadre de réalisations pratiques. Ils favorisent l'apprentissage de la méthodologie de conduite de projets et la mise en valeur des savoirs et savoir-faire de l'étudiant. Ils sont un temps fort de son apprentissage de l'autonomie en situation.

Les projets tutorés sont définis dans le cadre de chaque option et peuvent être proposés par l'étudiant, fournis par l'enseignant tuteur ou par une organisation.

300 heures de travail personnel leur sont réservées. Leur évaluation est prise en compte au semestre 3 sur la partie constitution du projet (cahier des charges) et les rapports d'étapes et au semestre 4 sur la finalisation du projet et la rédaction d'un mémoire de synthèse.

### • Stages

Les étudiants pourront se voir proposer pendant leur scolarité deux périodes de stage en milieu professionnel d'une durée totale de dix semaines au minimum : un stage de découverte de deux semaines minimum au deuxième semestre et un stage d'application de huit semaines minimum au quatrième semestre de la formation. Toutefois, en fonction des contextes économiques, il pourra être choisi par le département de ne faire effectuer qu'un seul stage au S4, dont la durée sera dès lors de 10 semaines minimum pour l'étudiant.

Dans tous les cas de figure, l'évaluation du ou des stages est comptabilisée – pour l'ensemble de leurs coefficients – au semestre 4, dans l'UE42.

Parmi les objectifs de ces périodes d'immersion en milieu professionnel, on peut citer :

- la mise en situation professionnelle ;
- le développement des compétences techniques ;
- le développement des aptitudes aux relations humaines.

Le suivi, l'encadrement et l'évaluation des stages sont assurés par le département, notamment par des visites dans les entreprises d'accueil.

La première période de stage peut faire l'objet d'un rapport écrit et éventuellement d'une présentation orale.

La deuxième période fait l'objet d'un mémoire et d'une soutenance orale. L'évaluation du rapport et du mémoire évalue simultanément la capacité d'expression, la compréhension du contexte du stage et la restitution des compétences acquises.

L'évaluation des stages est réalisée à partir :

- d'appréciations fournies par l'entreprise sur les aptitudes générales du stagiaire ;
- du rapport et du mémoire de stage ;
- d'une soutenance orale devant un jury susceptible d'accueillir des professionnels.

Les stages sont pris en compte au semestre 4 dans l'UE Concrétisation professionnelle.

## d. Projet Personnel et Professionnel

Le Projet Personnel et Professionnel (PPP) doit permettre à l'étudiant de se faire une idée précise des métiers du secteur d'activité concerné et des aptitudes personnelles qu'ils nécessitent. Bien que commun à toutes les options, le PPP est donc spécifique par les caractéristiques de son orientation professionnelle à chaque option. Il doit amener l'étudiant à mettre en adéquation ses souhaits professionnels immédiats et futurs, ses aspirations personnelles et ses capacités, afin de concevoir un parcours de formation cohérent avec le ou les métiers envisagés.

Le PPP est basé sur un apport de connaissances, un accompagnement personnalisé et sur un fort investissement personnel en matière de recherche d'informations et de connaissance de soi.

15 heures par semestre sont dédiés au PPP. Il est évalué à chaque semestre sous forme d'exposé et/ ou de

dossiers de synthèse.

## e. Orientations pédagogiques, pédagogie par la technologie

Dans le but de contribuer à la plus grande réussite de *tous* les publics, la formation s'appuie fortement sur des études de cas et des projets professionnels en utilisant notamment les outils technologiques dans les services et organisations professionnels.

La formation s'appuie en particulier sur une pédagogie de projet : celle-ci vise à apporter à l'étudiant les compétences techniques et l'autonomie pour s'intégrer utilement et rapidement dans une équipe de travail, au sein d'une organisation et pour s'adapter aux mutations d'un environnement particulièrement évolutif.

Inscrite dans le champ de l'Information-Communication, la formation intègre les nouvelles technologies, par la mise à disposition d'outils numériques spécifiques, mais aussi par la construction d'une pédagogie innovante autour de ces outils. Par exemple, l'utilisation d'internet, de tableaux numériques interactifs, du *e-learning* ou de visioconférences, favorise l'avènement d'une « pédagogie numérique » active et permet de développer les « e-compétences » des étudiants.

En outre, les départements Information-Communication ont su mettre en place une pédagogie novatrice en proposant aux étudiants des « Challenges nationaux » entre plusieurs IUT, concours pour l'heure dans les spécialités de la veille informationnelle ou bien de la publicité/ communication : les étudiants sont placés à cette occasion dans des conditions réelles de travail en équipe, comme au sein d'une cellule de veille ou d'une agence de publicité ou de communication, afin de répondre à un appel d'offre lancé par un commanditaire ou annonceur réel, partenaire du département Information-Communication qui organise le Challenge.

## f. Enjeux économiques actuels

La formation en Information-Communication prend en compte les enjeux économiques et relatifs au monde de l'entreprise, à travers divers enseignements, académiques ou professionnels : outre des enseignements d'économie générale ou d'étude des organisations, l'étudiant est encore sensibilisé à l'entreprise, à travers des modules ayant trait à la gestion et au marketing, voire des modules complémentaires explicitement consacrés à l'entrepreneuriat (Création d'entreprise). A l'issue d'un DUT Information-Communication, un diplômé de l'option Métiers du livre et du patrimoine sera par exemple capable de cerner la viabilité économique d'un petit commerce voire d'un site de librairie spécialisée, l'étudiant en Publicité sera capable d'envisager les potentialités d'une microstructure pouvant accueillir son activité...

Si par ailleurs les activités d'intelligence économique sont au cœur de l'option Information numérique dans les organisations, cette dimension est toutefois déjà présente dans l'ensemble des options au travers d'un enseignement systématique en recherche d'informations. La notion apparaît également, dans l'ensemble des options, au travers du module étude des organisations, ou dans celui encore de celui relatif au droit de l'information et de la communication, pour tout ce qui renvoie plus spécifiquement à la protection de l'information stratégique. D'autres enseignements, dans chacune des options, abordent plus particulièrement les éventuelles problématiques de normalisation.

A travers les enseignements de gestion de projet, initiés dès les premiers semestres, l'étudiant est sensibilisé aux enjeux, fonctionnement, gestion et aussi limites d'une organisation du travail par projet. Le projet tutoré lui permettra d'expérimenter la mise en œuvre d'un groupe de travail ainsi que le pilotage d'un projet avec notamment l'utilisation d'outils méthodologiques spécifiques (budget, planning, comptes rendus de réunion...).

La notion de développement durable est une notion transversale abordée dans l'ensemble des modules économiques ou encore précisément dans chacun des champs plus spécifiques de l'Information-Communication : par exemple en tant que futur chargé de communication, l'étudiant de l'option Communication des organisations devra s'interroger sur les impacts environnementaux de ses actions ; en tant que futur publicitaire, l'étudiant de l'option Publicité devra, dans une démarche déontologique, éviter les écueils du « verdissage » ou écoblanchiment...

L'étudiant en Information-Communication sera par ailleurs sensibilisé aux problèmes de santé et de sécurité au travail : le module droit du travail par exemple permettra à tout étudiant de connaître les lois relatives au domaine ;

en tant que futur chargé de communication interne, l'étudiant de l'option Communication des organisations sera par exemple quant à lui particulièrement concerné par le lien entre travail et santé des salariés.

## 4. Description des modules de formation

### a. Description des modules : tronc commun aux 5 options de la spécialité

UE11	Introduction en expression et langues	15h TD, 15h TP
M1101	<b>Expression écrite et orale</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Prendre conscience des enjeux de la communication afin d'être capable de s'exprimer correctement à l'écrit comme à l'oral et d'adapter son discours aux différents contextes.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Maîtriser les règles du discours : usages et niveaux de langue à l'oral, syntaxe, orthographe, grammaire. Différencier et comprendre les différents types de contrats de lecture et de production de textes. Synthétiser et reformuler le contenu d'un message Savoir préparer un sujet d'intervention à l'écrit comme à l'oral. Rédiger, exprimer et structurer une analyse selon un plan adéquat</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Baccalauréat ou titre équivalent Niveau correct en français</p>		
<p><b>Contenus :</b> Situations de communication, genres, types de discours Communication verbale et non verbale Pratique de différents types de messages, professionnels/non professionnels, objectifs/subjectifs par le biais de l'étude de textes divers (littéraires, journalistiques, essais etc..).</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Exercices de communication écrite et orale : lecture rapide, reformulation, résumé, prises de parole orales préparées (structurées et sans lecture, avec et sans logiciel de présentation) et improvisées. Travail d'équipe et individuel Ateliers d'écriture, soutien orthographique et grammatical</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> PPP Projets tutorés, Linguistique</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Communication, expression, culture, écrit et oral, verbal et non verbal, rédaction.</p>		

UE11	Introduction en expression et langues	15h TD, 15h TP
M1102	<b>Anglais</b>	semestre 1
<b>Objectifs du module :</b> Remise à niveau lexicale, syntaxique et phonétique Développement des capacités à communiquer correctement en langue étrangère (oral et écrit) Appréhension de la culture des pays anglophones		
<b>Compétences visées :</b> Comprendre un document d'intérêt général sur tout support (écrit, audio et vidéo) : extraits littéraires, posts de blog, reportages... Savoir conceptualiser et analyser un document Savoir donner son point de vue		
<b>Prérequis :</b> Baccalauréat ou titre équivalent		
<b>Contenus :</b> Acquisition de vocabulaire Révision des bases grammaticales Approche culturelle des pays-cibles Développement des outils pour commenter un document authentique Les contenus seront déclinés selon les options. La teneur en sera généraliste.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Ecoute d'extraits de conférence (audio, vidéo), analyse de la presse et d'extraits littéraires. Mise en place de jeux de rôle, présentations orales, exposés, rédaction de résumés ou de synthèse de documents		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage à l'étranger, PPP, TIC		
<b>Mots clés :</b> remise à niveau, communication orale et écrite, réalités culturelles, documents authentiques		

UE11	Introduction en expression et langues	15h TD, 10h TP
M1103	<b>2<sup>e</sup> langue vivante</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Remise à niveau lexicale, syntaxique et phonétique Développement des capacités à communiquer correctement en langue étrangère (oral et écrit) Appréhension de la culture des pays cibles</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Comprendre un document d'intérêt général sur tout support (écrit, audio et vidéo) : extraits littéraires, posts de blog, reportages... Savoir conceptualiser et analyser un document Savoir donner son point de vue</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Baccalauréat ou titre équivalent</p>		
<p><b>Contenus :</b> Acquisition de vocabulaire Révision des bases grammaticales Approche culturelle des pays-cibles Développement des outils pour commenter un document authentique Les contenus seront déclinés selon les options. La teneur en sera généraliste.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Ecoute d'extraits de conférence (audio, vidéo), analyse de la presse et d'extraits littéraires. Mise en place de jeux de rôle, présentations orales, exposés, rédaction de résumés ou de synthèse de documents</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Stage à l'étranger, PPP, TIC</p>		
<p><b>Mots clés :</b> remise à niveau, communication orale et écrite, réalités culturelles, documents authentiques</p>		



UE12	Initiation aux sciences humaines et sociales	15h CM, 15h TD
<b>M1201</b>	<b>Module d'adaptation</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Permettre, en fonction des publics, un enseignement d'adaptation qui favorisera une homogénéisation des différents parcours lycéens, notamment en préalable aux enseignements académiques théoriques en sciences humaines et sociales qui ont lieu dès le premier semestre.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Indépendamment de la nature de l'enseignement, qui pourra varier en fonction des publics, il s'agit aussi de permettre à l'étudiant d'acquérir plus particulièrement certaines méthodologies de travail personnel, d'« apprendre à apprendre » : écoute active, prise de notes, rédaction de fiche de travail, recherche d'information en lien avec l'enseignement, etc.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Aucun</p>		
<p><b>Contenus :</b> Mise à niveau en sciences humaines et sociales Méthodologies de travail universitaire personnel Soutien en expression écrite</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Des cours magistraux pour une présentation des contenus, des TD pour revenir sur les notions et faire le point sur les méthodes de travail .</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Toutes sciences humaines et sociales, et plus particulièrement, Approfondissement en sciences humaines et sociales, Culture générale et humanités</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Mise à niveau, soutien, méthodologie universitaire</p>		

UE12	Initiation aux sciences humaines et sociales	20h CM, 10h TD
<b>M1202</b>	<b>Économie générale</b>	semestre 1
<b>Objectifs du module :</b> Donner à l'étudiant la capacité de comprendre l'actualité économique et financière et d'analyser les problèmes économiques contemporains		
<b>Compétences visées :</b> Connaître les éléments principaux de l'histoire économique des PDEM (pays développés à économie de marché). Être capable de comprendre le fonctionnement du marché Être capable de comprendre le rôle économique de l'État Être capable de comprendre les phénomènes de croissance et de développement, leurs facteurs et leurs mesures Être capable d'appréhender les régulations économiques aux niveaux national, européen et mondial Être capable d'analyser les implications économiques des préoccupations environnementales et des innovations contemporaines majeures		
<b>Prérequis :</b> Baccalauréat ou titre équivalent		
<b>Contenus :</b> Les acteurs et la mesure de l'activité économique Fonctionnement et défaillances du marché Justification et limites de l'intervention de l'État Stratégie des entreprises sur un marché concurrentiel Internationalisation de l'économie		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours magistral accompagné de documents factuels si nécessaire En TD : on peut envisager un travail à partir de tout document permettant d'approfondir et d'éclairer les notions abordées en CM		
<b>Prolongements possibles :</b> Etudes des organisations, Marketing de spécialité		
<b>Mots clés :</b> Développement, marché, globalisation, développement durable, croissance économique		

UE12	Initiation aux sciences humaines et sociales	20h CM, 10h TD
M1203	<b>Sociologie</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Donner à l'étudiant la capacité d'analyser les logiques de structure et les logiques d'acteurs afin de mieux comprendre le monde social qui l'entoure et conditionne sa future fonction professionnelle</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Identifier les dynamiques de transformation des sociétés contemporaines. Comprendre l'inter dépendance des dimensions sociétales, culturelles et individuelles. Appréhender les problématiques en jeu dans les interactions entre les acteurs et l'organisation sociale. Appréhender les technologies de l'information et de la communication comme une dimension essentielle des médiations sociales et culturelles. Être capable de comprendre un texte de nature sociologique</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Baccalauréat ou titre équivalent</p>		
<p><b>Contenus :</b> Construction sociale de l'identité des valeurs et des normes, processus de socialisation Transformations de la société sur le long terme (XIXème et XXème siècle) Notions de sociologie économique Culture et société, les modes d'appropriation de la culture ; la communication entre les cultures</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> En CM, le professeur peut choisir plusieurs thèmes afin de traiter les contenus listés En TD, on peut envisager un travail à partir d'un texte sociologique simple permettant d'approfondir une ou des notions abordées en CM</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Sémiologie Culture numérique</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Société, individu, socialisation, valeurs, normes, mouvements sociaux, groupe social</p>		

UE12	Initiation aux sciences humaines et sociales	20h CM, 10h TD
<b>M1204</b>	<b>Théories de l'information et de la communication</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Présenter les bases théoriques et conceptuelles nécessaires à la compréhension des phénomènes communicationnels et de leurs enjeux. Mettre en perspective les évolutions des théories en information et communication avec leurs contextes historique, sociétal, économique, technologique, culturels. Baliser les grands domaines de l'information-communication à la fois dans leurs spécificités et dans leurs interdépendances.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaissance des différentes théories en information et communication ; identification des principaux modèles (caractéristiques, présupposés et différents paradigmes scientifiques associés) Comprendre les notions d'information, message, code, système, processus, dispositif, etc. Connaître les spécificités de chaque type de communication (verbale, non-verbale, interpersonnelle, groupale, mass-médiatique, etc.) Capacité à replacer toute action en information ou communication dans un cadre théorique Apprentissage du travail étudiant face à un discours universitaire théorique : gestion de la complexité, prise de notes, travail sur la bibliographie...</p>		
<p><b>Prérequis :</b></p>		
<p><b>Contenus :</b> Dimensions théoriques la rhétorique grecque et latine ; Platon, Aristote, les Sophistes, Cicéron... le Siècle des Lumières ; les Encyclopédistes, les Physiocrates... l'Ecole de Chicago ; Laswell, Katz, Lazarsfeld... l'interactionnisme social, l'Ecole de Palo Alto ; Mead, Bateson, Goffman... les théories de l'Information, la cybernétique, la systémique ; Wiener, Shannon, Weaver, Jakobson... l'école de Francfort, les <i>Cultural studies</i> ; Adorno, Habermas, Hall... le structuralisme, le constructivisme, le postmodernisme...</p> <p>Problématisations articulation avec les enseignements connexes : sociologie et psychosociologie, linguistique et sémiologie, communication des organisations communication comme transmission d'informations <i>versus</i> communication comme mise en relation médias et journalisme technologies de l'information et de la communication (TIC), dispositifs de communication etc.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours magistral, avec exemples d'illustration historiques et contemporains Lecture de textes fondamentaux en TD, fiches de lecture, exposés avec discussions</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Prolongements et applications concrètes dans les nombreux autres modules relatifs aux techniques, objets méthodologies en information ou communication</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Information, communication, médiation, interaction, modélisation, cybernétique, dispositifs en information et communication, média, approche critique, démarche analytique.</p>		

UE13	Immersion professionnelle	15h TD
<b>M1301</b>	<b>Projet personnel et professionnel (PPP)</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b>          Découvrir l'amplitude des métiers et des environnements professionnels liés à la spécialité du DUT préparée.          Appréhender la diversité des environnements professionnels et des conditions d'exercices, celle des savoirs et savoir-faire des différents métiers, enfin les qualités et compétences requises pour les exercer...          Initiation à la démarche de projet          Accompagner l'étudiant dans la détermination du secteur d'activité ou de l'environnement professionnel dans lesquels il souhaite effectuer son stage ; l'aider à élaborer des outils pertinents et efficaces concernant sa recherche de stage ; lui transmettre une méthodologie de techniques de recherche de stage et d'emploi.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Recherche, structuration et intégration d'informations.          Analyse, objectivation, planification, prise de décision</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Aucun</p>		
<p><b>Contenus :</b>          Par exemple :          Réalisation d'enquêtes métier (interview d'un professionnel sur son lieu de travail ; d'anciens étudiants diplômés de l'IUT) ; recherches documentaires sur le même métier et confrontation des informations recueillies par les deux manières.          Visite d'entreprise ou d'organisation          Organisation de manifestations ; journées des anciens, conférences thématiques/ métiers...          Initiation à la démarche et outils des techniques de recherche de stage (CV adapté à la cible ; lettre de motivation) ; suivi des contacts entreprises ; usage du téléphone et du courriel à des fins professionnelles          Evaluation :          Exposé, dossier, affiche/diaporama sur l'enquête métier ; dossiers de synthèse sur les manifestations organisées, des documents écrits ou oraux qui permettront de faire des synthèses entre les démarches menées, les informations récoltées et l'avancée des projets des étudiants ... La tenue d'un carnet de bord (papier ou e-portfolio) pourra rendre compte l'appropriation de la démarche de projet.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          D'une façon générale, il s'agit de mettre l'étudiant en situation d'aller voir par lui-même, d'expérimenter afin de construire sa propre connaissance et de l'aider à produire son point de vue. La restitution pourra se faire devant un groupe d'étudiants afin d'enrichir leurs connaissances et de confronter leurs représentations.          Cette démarche permettra de faire comprendre les différentes étapes dans l'élaboration d'un projet (en partant de projets déjà réalisés...) et d'accompagner le projet personnel et professionnel en cours d'émergence ; comprendre les différentes étapes dans la prise de décision, dans la constitution d'un choix et d'une réalisation finale.          On privilégiera le travail en autonomie sur les recherches.          Un entretien individuel en début et en fin de semestre peut compléter l'accompagnement de l'étudiant.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          La démarche de projet sera reprise tout au long des 4 semestres</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          métiers ; stage ; activités professionnelles ; environnements professionnels ; conditions d'exercice.</p>		

UE13	Immersion professionnelle	15h CM, 15h TD
<b>M1302</b>	<b>Étude des organisations</b>	semestre 1
<b>Objectifs du module :</b> Comprendre les principales théories des organisations Comprendre l'environnement économique, le fonctionnement des organisations et leurs stratégies		
<b>Compétences visées :</b> Identifier les parties prenantes et les partenaires de l'organisation Repérer la stratégie globale de l'organisation Connaître les enjeux de la RSE (Responsabilité sociale des entreprises)		
<b>Prérequis :</b> Baccalauréat ou titre équivalent.		
<b>Contenus :</b> La notion d'organisation et ses différents concepts Le pouvoir et la prise de décision L'Homme dans l'organisation et la notion de motivation La démarche stratégique L'organisation citoyenne		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Des cours magistraux Des exercices en TD, tout support permettant d'illustrer des cas concrets		
<b>Prolongements possibles :</b> Droit du travail, Stratégie de communication, PPP, Recherche de stage		
<b>Mots clés :</b> Organisation, décision, RSE, développement durable, stratégie		

UE13	Immersion professionnelle	10h TD, 10h TP
<b>M1303</b>	<b>Initiation à la recherche d'information, intelligence économique</b>	semestre 1
<b>Objectifs du module :</b> Connaître les méthodes et les outils pour mettre en place une stratégie de recherche d'information en adéquation avec les besoins informationnels		
<b>Compétences visées :</b> Savoir mettre en place un questionnement préalable à une recherche d'information Prendre en main les outils de recherche les plus courants Savoir analyser les résultats Savoir repérer les sources pertinentes en fonction des objectifs informationnels Savoir évaluer la qualité des sources		
<b>Prérequis :</b>		
<b>Contenus :</b> Les moteurs, répertoires, catalogues, ... : fonctions de base et fonctions avancées La notion de mots-clés Les opérateurs de recherche Le raisonnement Quintilien Utilisation et ou construction de grilles d'évaluation des sources		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> TD et TP permettant des exercices d'application ciblés en fonction des objectifs professionnels		
<b>Prolongements possibles :</b> PPP, recherche de stage, l'ensemble des modules qui nécessitent une recherche d'information		
<b>Mots clés :</b> Recherche d'information, mots clés		

UE13	Immersion professionnelle	10h TD, 20h TP
M1304	<b>Bases informatiques</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Grâce à une utilisation rationnelle des logiciels de bureautique (traitement de texte, tableur, Préao...), de l'environnement numérique de travail et des outils de communication liés à Internet, former à la création et à la réalisation de documents d'entreprise propres à chaque filière avec une ouverture sur les règles de présentation et de disposition en langues étrangères.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir maîtriser les outils bureautiques afin d'élaborer tous types de documents d'entreprise propres à la filière choisie : documents longs, courriers, calculs complexes, diaporamas...</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Connaissance de base des logiciels de bureautique.</p>		
<p><b>Contenus :</b> En tenant compte du besoin et du contexte, savoir produire une information structurée : Découvrir l'environnement numérique de travail (poste de travail, réseau, ENT) ; Identifier l'objectif du document, évaluer les besoins d'information et effectuer les recherches appropriées ; Élaborer et mettre en forme tous types de documents afin d'en garantir l'intégrité et en faciliter l'accès ; Utiliser les styles, modèles, tables des matières, index et bibliographie ; Savoir utiliser le publipostage ; Utiliser un logiciel de reconnaissance de caractères (OCR) ; Mobiliser les fonctionnalités d'écriture, de mise en page et de présentation des logiciels bureautiques ; Contrôler sa production.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Au travers de la réalisation d'un ou plusieurs cas concrets : découverte ou révision des divers logiciels ; application des règles à mettre en œuvre ; contrôle de sa production.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> PAO – rapports et soutenance de stage – toute production à réaliser dans le cours de l'année universitaire.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Traitement de texte – Tableur – Préao</p>		



UE13	Immersion professionnelle	10h TD
<b>M1305</b>	<b>Gestion de projet (introduction)</b>	semestre 1
<b>Objectifs du module :</b> Appréhender la méthodologie de conduite de projets Analyser des besoins Rédiger un cahier des charges		
<b>Compétences visées :</b> Maîtriser les outils de base de la gestion de projet		
<b>Prérequis :</b>		
<b>Contenus :</b> La démarche projet. Les acteurs de la gestion de projet : le maître d'ouvrage (le commanditaire), le maître d'œuvre, les sous traitants, comité de pilotage. L'équipe projet : répartition des rôles Le cahier des charges : analyse et compréhension des besoins du client.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Mise en œuvre d'une démarche projet Etude de cas		
<b>Prolongements possibles :</b> Modules projets tutorés		
<b>Mots clés :</b> Maître d'ouvrage, maître d'œuvre, besoins, cahier des charges, équipe.		

UE21	Développement en expression et langues	15h TD, 15h TP
M2101	<b>Expression écrite et orale</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> Maîtriser les grandes règles des écrits professionnels et universitaires. S'exprimer oralement avec efficacité Intervenir de manière efficace en situation de groupe (animation de réunion notamment).</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Comprendre les principes rédactionnels des écrits professionnels courants : comptes-rendus de réunion, notes de service, courriels professionnels, lettres professionnelles. Rendre compte d'une expérience professionnelle : le rapport de stage. Comprendre les situations de communication de groupe : différencier rôles et fonctions du leader et de l'animateur de réunion, repérer les freins et lever les obstacles à une prise de parole efficace au sein d'un groupe.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> S1, PPP</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les principaux genres d'écrits professionnels. Techniques de recherche de stage et d'emploi : le CV, la lettre de motivation, à coupler avec le PPP. Méthodologie du rapport de stage.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Analyse et rédaction de courriers, notes de service, comptes-rendus, CV, lettre de motivation.. Rédaction du rapport de stage, travail de reformulation et de correction d'anciens rapports. Simulation de situations professionnelles, jeux de rôles, entretiens individuels et de groupe.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Stages, PPP, Projets tutorés</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Insertion professionnelle, rapport, animation de réunion</p>		

UE21	Développement en expression et langues	20h TD, 15h TP
<b>M2102</b>	<b>Anglais</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Renforcement des bases linguistiques et de l'appréhension de la culture des pays de la langue cible Pouvoir communiquer avec des interlocuteurs étrangers, y compris dans la dimension interculturelle Approche de la langue professionnelle		
<b>Compétences visées :</b> Approfondir la connaissance des réalités culturelles de la langue-cible Savoir présenter son point de vue et le défendre (écrit/oral) Mener à bien une analyse critique d'un document Savoir communiquer au sein d'une entreprise : rédiger un courriel et tenir une conversation téléphonique		
<b>Prérequis :</b> Module anglais du S1		
<b>Contenus :</b> Situations de communication Connaissances des réalités culturelles et linguistiques des langues-cibles Approche de l'actualité par le biais de différents média.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Jeux de rôle, <i>pairwork</i> , débats Travail sur l'écriture (rédaction de compte-rendus, d'articles, de courriels...) Travail en autonomie guidée sur internet		
<b>Prolongements possibles :</b> Recherche de stage – TIC		
<b>Mots clés :</b> Recherche documentaire, analyse critique, communication professionnelle, interculturalité.		

UE21	Développement en expression et langues	15h TD, 10h TP
<b>M2103</b>	<b>2<sup>e</sup> langue vivante</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Renforcement des bases linguistiques et de l'appréhension de la culture des pays de la langue cible Pouvoir communiquer avec des interlocuteurs étrangers, y compris dans la dimension interculturelle Approche de la langue professionnelle		
<b>Compétences visées :</b> Approfondir la connaissance des réalités culturelles de la langue-cible Savoir présenter son point de vue et le défendre (écrit/oral) Mener à bien une analyse critique d'un document Savoir communiquer au sein d'une entreprise : rédiger un courriel et tenir une conversation téléphonique		
<b>Prérequis :</b> semestre 2		
<b>Contenus :</b> Situations de communication Connaissances des réalités culturelles et linguistiques des langues-cibles Approche de l'actualité par le biais de différents média.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Jeux de rôle, <i>pairwork</i> , débats Travail sur l'écriture (rédaction de compte-rendus, d'articles, de courriels...) Travail en autonomie guidée sur internet		
<b>Prolongements possibles :</b> Recherche de stage – TIC		
<b>Mots clés :</b> Recherche documentaire, analyse critique, communication professionnelle, interculturalité.		

UE22	Décryptage en sciences humaines et sociales	10h CM, 10h TD
M2201	<b>Linguistique, sémiologie</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> Percevoir l'omniprésence des signes et le rôle des codes et des situations dans les phénomènes interprétatifs. Expliciter les notions élémentaires de l'acte de communication.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> 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><b>Prérequis :</b> Baccalauréat ou titre équivalent</p>		
<p><b>Contenus :</b> Le signe : typologie, propriétés, potentialités sémantiques L'image : typologie, analyse des éléments iconiques et plastiques Langage, langue, discours : réflexion sur quelques problématiques linguistiques</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Découverte de textes fondateurs (de Saussure, Peirce, Barthes, etc.) Analyse de textes, d'images (photographies, images publicitaires, etc.), de logos et pictogrammes.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Expression communication orale et écrite Techniques de l'image et du son</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Linguistique, sémiologie, langue, code, image</p>		

UE22	Décryptage en sciences humaines et sociales	20h CM, 20h TD
<b>M2202</b>	<b>Approfondissement en sciences humaines et sociales</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> Permettre aux étudiants d'approfondir leurs connaissances du monde contemporain et de ses enjeux sociaux et sociétaux, notamment ceux des phénomènes et dispositifs informationnels et communicationnels. Ce module pourra dès lors être le lieu d'approches croisées, sociologiques, économiques, sémiologiques... pour éclairer les problématiques relevant de l'information-communication</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Mise en œuvre d'approches croisées en sciences humaines et sociales. Percevoir l'interdiscipline propre aux sciences de l'information et communication. Parfaire un raisonnement théorique au-delà des attendus de chaque discipline</p>		
<p><b>Prérequis :</b> UE12 Initiation aux sciences humaines et sociales</p>		
<p><b>Contenus :</b> Divers contenus pourront relever, sans exclusive, des disciplines suivantes ou du croisement des disciplines suivantes : sociologie, économie, psychologie, psychologie sociale, anthropologie, ethnologie, linguistique, sémiologie, épistémologie, philosophie...</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours magistraux, complétés de TD sur la base de cas concrets</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b></p>		

UE22	Décryptage en sciences humaines et sociales	10h CM, 10h TD
M2203	<b>Culture générale et humanités</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> Dans le but d'une meilleure compréhension de leur environnement social et culturel, permettre aux étudiants de s'ouvrir à d'autres savoirs, sciences abordant d'autres problématiques que celles déjà envisagées, ou savoirs s'attachant aux productions intellectuelles et culturelles qui font le propre de l'Humanité.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Parfaire une culture générale Aider à relativiser l'importance des savoirs jusque-là acquis Intérêt pour d'autres savoirs s'intéressant à l'Homme et à ses sociétés Ouverture à divers univers intellectuels ou culturels</p>		
<p><b>Prérequis :</b> UE12 Initiation aux sciences humaines et sociales</p>		
<p><b>Contenus :</b> Divers contenus pourront relever, sans exclusive, des disciplines ou savoirs constitués suivants : histoire, histoire des arts/ des sciences et des techniques, géographie humaine, sciences politiques, littérature, arts...</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Des cours magistraux complétés par des TD, pour la mise en œuvre d'approches plus concrètes</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> culture, arts, histoire...</p>		

UE22	Décryptage en sciences humaines et sociales	5h CM, 10h TD
<b>M2204</b>	<b>Culture numérique</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> Offrir une vue d'ensemble des mutations advenues avec le numérique. Donner aux étudiants des méthodes et des outils d'analyse des pratiques et problématiques associées. Etre capable de suivre, de comprendre et d'évaluer les tendances, les perspectives et les enjeux sociaux, politiques, philosophiques liés aux technologies numériques de l'information et de la communication. Former des internautes responsables.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Identifier les évolutions, les continuités et les ruptures impliquées par l'introduction du numérique. Être capable d'en apprécier les enjeux culturels et sociaux. Connaître les possibilités et les limites des outils et dispositifs techniques.</p>		
<p><b>Prérequis :</b></p>		
<p><b>Contenus :</b> Les grands acteurs, les communautés. Logiciel libre et payant. Réputation et identité numérique. Le web social et le principe de communauté. Les industries culturelles, médiatiques et créatives. Stratégie et communication digitale des marques. Modèles économiques du numérique. Droits et devoirs des internautes.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Évaluations sur table. Études de cas.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Multimédia et web, stratégie de communication</p>		
<p><b>Mots clés :</b> web social, numérique, communication digitale</p>		



UE23	Découverte professionnelle	15h TD
M2301	<b>Projet personnel et professionnel</b>	semestre 2
<p><b>Objectif du module :</b>  Mieux se connaître pour bien s'orienter dans ses études et dans sa vie professionnelle. Il s'agit dans ce module de faire en sorte que l'étudiant énonce peu à peu ses appétences, ses souhaits et ses projets en termes de vie personnelle et professionnelle.  Argumenter sur ses choix quant à son parcours au sein du DUT (modules complémentaires) et post DUT</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Réflexivité, questionnement, analyse, esprit de synthèse</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Module PPP « Découverte des métiers et des environnements professionnels et initiation à la démarche de projet », Expression-Communication</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Par exemple :  Intérêts professionnels, valeurs, motivations, traits de personnalité, expériences professionnelles  Simulations filmées des entretiens, débriefing des enregistrements ;  Analyse d'offres d'emploi...  rendre compte d'une première expérience professionnelle : savoir et savoir-faire acquis pour compléter son CV  Evaluation :  Carnet de bord (papier ou e-portfolio) récapitulant l'argumentaire et les démarches menées, l'impact sur le ou les projets des étudiants.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Les TD et TP seront privilégiés pour des travaux de groupes. Le travail en autonomie et individualisé sera essentiel pour l'identification des intérêts professionnels, valeurs, motivation, etc.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>  possibilité d'associer des partenaires extérieurs : employeurs, recruteurs, étudiants diplômés, ...</p>		
<p><b>Mots clés :</b>  réflexivité, CV, lettres de motivation ; entretien de recrutement</p>		

UE23	Découverte professionnelle	20h CM, 10h TD
M2302	<b>Principes de droit, droit du travail</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> Donner aux étudiants les bases de droit nécessaires au plein exercice de leur citoyenneté et à leur compréhension du monde professionnel.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Comprendre les notions essentielles du droit, les textes officiels nationaux et européens (constitutions, lois, lois-cadre, arrêtés, actes administratifs individuels...) Maîtriser les spécificités du droit social au sein d'une organisation.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Aucun</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les sources et leur hiérarchie Les acteurs du pouvoir législatif Les différentes branches du droit Les différents contrats de travail Les différents types de conventions Les obligations individuelles et collectives des employeurs et des salariés</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Des cours magistraux complétés par des TD sur la base de cas concrets</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Droit de l'information et de la communication (S3) Convention de stage PPP</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Lois, contrat de travail, conventions collectives</p>		

UE23	Découverte professionnelle	30h TP
<b>M2303</b>	<b>Initiation aux techniques et pratiques (image, son...)</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Apprendre les rudiments de la production audiovisuelle et de la prise de vues photographique Utiliser le langage de l'image et du son à des fins d'information et de communication		
<b>Compétences visées :</b> Connaître le vocabulaire professionnel et les étapes de la production audiovisuelle Être capable de réaliser un produit audiovisuel simple		
<b>Prérequis :</b> Aucun		
<b>Contenus :</b> Techniques de base de la prise de vue, de la prise de son et du montage Réalisation d'un produit audiovisuel adapté aux spécificités de l'option		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Tournage, montage, photographies...		
<b>Prolongements possibles :</b> Expression, PAO; Multimédia, Audiovisuel 2 Mise en situation professionnelle : projet tutoré, stage		
<b>Mots clés :</b> audiovisuel, image, photographie, son		

UE23	Découverte professionnelle	10h TD
<b>M2304</b>	<b>Gestion de projet</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Maîtriser la méthodologie de conduite de projets Planification du projet		
<b>Compétences visées :</b> Maîtriser les outils de la gestion de projet		
<b>Prérequis :</b> Modules gestion de projet introduction		
<b>Contenus :</b> La définition des tâches, planification et enchaînement, attribution des ressources. Les outils d'ordonnancement : graphe Pert, diagramme de Gantt. La documentation		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Recours à un logiciel de gestion de projet. Développement d'une démarche projet		
<b>Prolongements possibles :</b> Module de projets tutorés		
<b>Mots clés :</b> Maître d'ouvrage, maître d'œuvre, Pert, Gantt, équipe		

UE23	Découverte professionnelle	2 semaines minimum
M2305	<b>Stage de découverte</b>	Semestre 2
<b>Objectif du module :</b> Découverte de l'entreprise/de l'organisation dans ses aspects sociaux, économiques et organisationnels Découverte de la réalité de l'activité professionnelle		
<b>Compétences attendues :</b> Capacité de l'étudiant à utiliser l'ensemble de ses acquis académiques dans le cadre de la mission du stage Développement des compétences personnelles et relationnelles : initiative, travail en équipe, autonomie,...		
<b>Prérequis :</b> Ensemble de la formation académique – conduite de projets-expérience acquise en Projet tutoré.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> L'ensemble du processus stage doit se faire dans le cadre d'une démarche de type qualité, décrivant clairement les étapes à respecter : la recherche des stages la signature des conventions le déroulement du stage le suivi des stagiaires (points intermédiaires, visite ) le compte rendu d'activité Le processus est piloté par un responsable des stages ; il implique l'ensemble de l'équipe pédagogique pour assurer le suivi des stagiaires (lien avec les tuteurs professionnels, visite en entreprise/en organisations)		
<b>Evaluation du stage :</b> Le stage est évalué conjointement par l'entreprise/l'organisation (tuteur entreprise/organisation) et le département (tuteur enseignant et jury) sur les éléments suivants : le travail en entreprise/ ou en organisation, au regard des objectifs fixés dans la convention le rapport écrit, cadré dans sa forme, mettant en évidence la compréhension du contexte professionnel et la capacité à rendre compte de ses missions ou réalisations.		
<b>Documents supports de référence :</b> Charte ministérielle des stages Convention de stage Autres documents supports : guide des stages, livret d'évaluation, enquête de satisfaction entreprise/organisation, échange d'expériences au sein de la promotion d'étudiants...		

UE31	Progression en expression et langues	15h TD, 15h TP
<b>M3101</b>	<b>Expression écrite et orale</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Adapter son message aux différentes cibles et aux différents supports définis dans un plan de communication. Maîtriser des situations de communication problématiques.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître et maîtriser les règles de l'écriture professionnelle (suite S2) mais sur des écrits complexes et hybrides. Comprendre et appliquer les codes de l'écriture journalistique et de l'écriture publicitaire. Aborder l'écriture pour le web : connaître les spécificités qui président à la conception rédactionnelle d'un site, d'une lettre d'information numérique (<i>newsletter</i>) ou d'un journal en ligne. Oral : maîtriser les techniques d'argumentation, de négociation et d'animation de réunions.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> S1, S2 PPP</p>		
<p><b>Contenus :</b> Concevoir et rédiger : Des plaquettes, livrets et revues ; Des articles de presse ; Des écrits spécifiques au web : la lettre d'information numérique (<i>newsletter</i>), le journal en ligne.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> TP de mise en situation, d'animation de réunions. Ateliers de production de documents professionnels, en TD et en TP Analyse d'écrits professionnels (le communiqué de presse, le dossier de presse)</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Stages, PPP, Projets tutorés, Sémiotique</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Insertion professionnelle, animation, réunion, rédaction</p>		

UE31	Progression en expression et langues	20h TD, 15h TP
<b>M3102</b>	<b>Anglais</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>  Renforcer la connaissance de la culture des pays cibles  Maîtriser le vocabulaire professionnel et spécialisé (écrit et oral)  S'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...)  Faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Maîtrise de l'oral professionnel  Développer une analyse critique et argumenter dans un contexte privé et professionnel  Acquérir une approche culturelle des mondes professionnels</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  semestre 2</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Étude de la civilisation des pays-cibles orientés vers la réalité des professions visées;  Veille sur les innovations du secteur</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Étude de documents tirés de différents média (lecture, présentation orale, synthèse)  Recherche documentaire pour la constitution de dossiers de presse...  Déchiffrage de vidéo-conférences  Mise en situation professionnelle (débats, jeux de rôle)</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>  Stage, PPP</p>		
<p><b>Mots clés :</b>  langue de spécialité, langue professionnelle, dimension interculturelle</p>		

UE31	Progression en expression et langues	10h TD, 10h TP
<b>M3103</b>	<b>2<sup>e</sup> langue vivante</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>  Renforcer la connaissance de la culture des pays cibles  Maîtriser le vocabulaire professionnel et spécialisé (écrit et oral)  S'approprier le contenu de documents à caractère professionnel (communiqué de presse, argumentaire, billet de blog, dossier, reportage, ...)  Faire connaître les milieux professionnels pour favoriser la recherche de stage et/ou d'emploi à l'étranger</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Maîtrise de l'oral professionnel  Développer une analyse critique et argumenter dans un contexte privé et professionnel  Acquérir une approche culturelle des mondes professionnels</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  semestre 2</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Etude de la civilisation des pays-cibles orientés vers la réalité des professions visées;  Veille sur les innovations du secteur</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Etude de documents tirés de différents média (lecture, présentation orale, synthèse)  Recherche documentaire pour la constitution de dossiers de presse...  Déchiffrage de vidéo-conférences  Mise en situation professionnelle (débats, jeux de rôle)</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>  Stage, PPP</p>		
<p><b>Mots clés :</b>  langue de spécialité, langue professionnelle, dimension interculturelle</p>		



UE32	Préfiguration professionnelle	15h TD
M3201	<b>Projet personnel et professionnel</b>	semestre 3
<p><b>Objectif du module :</b> Il s'agit de permettre à l'étudiant de construire son parcours post-DUT, en analysant les différentes pistes qui s'offrent à lui afin qu'il choisisse et mette en œuvre la plus pertinente pour lui. L'étudiant devra acquérir des connaissances sur les formations complémentaires au DUT et sur les parcours post DUT, sur la formation tout au long de la vie (dont VAP 1985, VAE...). Il devra également savoir déchiffrer une offre d'emploi, une offre de formation, pour mieux appréhender le marché de l'emploi. Un premier positionnement de l'étudiant entre le secteur d'activité visé et ses motivations peut se faire.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Conception et mise en œuvre d'un projet ; esprit d'analyse et capacité de mise en forme de l'information</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Modules de PPP des semestres précédents, modules cœur de métier, stages, projets tutorés, ...</p>		
<p><b>Contenus :</b> Par exemple : ateliers d'échanges de réflexion sur les diverses possibilités post-DUT (discussion collective des Avantages et des inconvénients de chaque piste) ; Analyse des offres d'emploi, analyse des offres de formation pour un secteur donné à partir de l'enquête Nationale de parcours des diplômés par exemple Rencontre avec des anciens diplômés, des professionnels ; Évaluation : Écrite ou orale (dossier, exposé, carnet de bord papier ou e-portfolio) synthétisant les informations recueillies et leur intégration dans la réflexion d'ensemble sur le ou les projets des étudiants</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Par exemple, sous forme d'ateliers d'analyse des offres d'emploi, de formation ; en travaillant avec les résultats Des enquêtes nationales sur le devenir des diplômés de DUT... Le travail en autonomie et individualisé sera essentiel pour l'analyse des compétences acquises en situation professionnelle.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Ce module s'inscrit dans la poursuite des modules de S1 et S2. Il peut reprendre des actions déjà mises en œuvre auparavant et les compléter par de nouvelles.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Parcours, itinéraire, trajectoires ; formation tout au long de la vie</p>		

UE32	Préfiguration professionnelle	10h CM, 10h TD
<b>M3202</b>	<b>Droit l'information et de la communication</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Faire connaître les règles et les institutions juridiques qui régissent la production et la diffusion de l'information		
<b>Compétences visées :</b> Savoir anticiper et respecter les contraintes liées au droit à l'image et au droit de la propriété intellectuelle Connaître et appliquer les règles du bon usage de l'Internet Connaître les procédures pour protéger l'image d'une organisation		
<b>Prérequis :</b> Principes du droit (S2)		
<b>Contenus :</b> 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		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> CM complétés par des TD à base de cas concrets		
<b>Prolongements possibles :</b> Toutes activités créatives Stages et Projets tutorés		
<b>Mots clés :</b> Droit d'auteur ; propriété intellectuelle ; propriété industrielle ; droit de l'Internet ;		

UE32	Préfiguration professionnelle	20h TD, 10h TP
<b>M3203</b>	<b>Outils de communication numérique</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Maîtriser l'utilisation d'un système de gestion de contenu (SGC/CMS). Maîtriser l'usage des outils de communication et de travail collaboratif.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître le fonctionnement d'un système de gestion de contenu et en maîtriser l'utilisation et la personnalisation. Être formé à la veille d'informations en ligne.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Modules informatiques S1, S2</p>		
<p><b>Contenus :</b> Collaboration à distance. Veille informationnelle. Agrégateurs de données. Système de gestion de contenu. Serveurs et transferts FTP. Bases de données SQL et PHP. Outils de référencement et d'analyse d'audience Internet Nomadisme.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Explication des logiciels en TD, exercices d'application en TP</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> modules Web et multimédia</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Outils collaboratifs, référencement...</p>		

UE32	Préfiguration professionnelle	
M3204	Projet tutoré	semestre 3
<p><b>Objectif général :</b> Mettre l'étudiant en situation réelle en le préparant à son stage en milieu professionnel Objectifs opérationnels : Conduire en équipe un projet d'envergure professionnelle mettant en œuvre la transversalité des connaissances techniques, technologiques et générales de la spécialité Développer les compétences relationnelles de l'étudiant</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Mise en pratique de la méthodologie de conduite de projets sur un sujet d'importance Sensibilisation aux contraintes de l'entreprise Capacités d'analyse et de synthèse d'un sujet d'envergure dans le domaine de spécialité Aptitude à comparer diverses solutions techniques, technologiques et économiques Expérimentation de la transdisciplinarité : mise en pratique de l'ensemble des connaissances et savoir faire Développement des compétences relationnelles de l'étudiant : autonomie, initiative, aptitude au travail en équipe Aptitude à la restitution précise et synthétique de l'information technique : rapports écrits et communication orale, conduite de réunion</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module de projet tutoré 1</p>		
<p><b>Contenus :</b> Le sujet doit être suffisamment réaliste pour permettre la mobilisation des outils méthodologiques de conduite et de réalisation de projet Rédaction précise d'un cahier des charges Analyse comparative de diverses solutions techniques et technologiques Utilisation des outils de gestion de projet expérimentés en projet tutoré 1 pour la planification et la répartition des tâches Analyse économique des diverses solutions Définition d'un budget Réalisation de la solution technique retenue Rédaction des rapports d'étape</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> l'expérimentation du travail en équipe nécessite la constitution de groupes de 3 à 6 étudiants suivant la dimension du projet. L'accompagnement par un tuteur à divers stades du projet est indispensable pour améliorer la qualité de la mise en œuvre Dans la mesure du possible, le projet pourra être conduit en partenariat avec un organisme professionnel qui peut en être le commanditaire.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Stage en entreprise ou organisation</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Cahier des charges, conduite de projet, Pert, Gantt, travail d'équipe</p>		

UE41	Conclusion en expression et langues	10h TP
<b>M4101</b>	<b>Expression/ Préparation au mémoire de stage</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Se préparer à l'écriture et à la soutenance du mémoire de stage		
<b>Compétences visées :</b> Savoir rendre compte d'une expérience professionnelle longue (stage de deuxième année), l'analyser, la problématiser. Être capable d'argumenter à l'oral et mettre en avant ses acquis universitaires et professionnels en s'appuyant sur des supports de présentation.		
<b>Prérequis :</b> S1, S2, S3 PPP		
<b>Contenus :</b> Analyse des consignes Méthodologie du rapport de stage et de la soutenance. Techniques des écrits universitaires.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Mise en situation et auto-évaluation des étudiants		
<b>Prolongements possibles :</b> Stages PPP Projets tutorés		
<b>Mots clés :</b> Insertion professionnelle, mémoire de stage, rédaction ; soutenance orale.		

UE41	Conclusion en expression et langues	10h TD, 10h TP
<b>M4102</b>	<b>Anglais</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Etre capable de communiquer avec aisance dans l'environnement professionnel de la langue cible Affiner l'approche des codes culturels des pays des langues-cible.		
<b>Compétences visées :</b> Très bonnes compétences linguistiques et culturelles Maîtriser les présentations orales, savoir mener à bien une réunion en langue étrangère (préparation, discussion, compte-rendu)		
<b>Prérequis :</b> S3		
<b>Contenus :</b> Mise en situation professionnelle avec prise en compte de la réalité culturelle des pays cibles		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Jeux de rôle, présentations orales Travail de groupe sur un projet ou sur un dossier (discussions et restitution)		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage à l'étranger		
<b>Mots clés :</b> langue de spécialité, ouverture interculturelle		

UE41	Conclusion en expression et langues	10h TD, 10h TP
<b>M4103</b>	<b>2e langue vivante</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Être capable de communiquer avec aisance dans l'environnement professionnel de la langue cible Affiner l'approche des codes culturels des pays des langues-cible.		
<b>Compétences visées :</b> Très bonnes compétences linguistiques et culturelles Maîtriser les présentations orales, savoir mener à bien une réunion en langue étrangère (préparation, discussion, compte-rendu)		
<b>Prérequis :</b> S3		
<b>Contenus :</b> Mise en situation professionnelle avec prise en compte de la réalité culturelle des pays cibles		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Jeux de rôle, présentations orales Travail de groupe sur un projet ou sur un dossier (discussions et restitution)		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage à l'étranger		
<b>Mots clés :</b> langue de spécialité, ouverture interculturelle		

UE41	Concrétisation professionnelle	15h TD
<b>M4104</b>	<b>PPP</b>	semestre 4
<b>Objectif du module :</b> Faire un bilan des expériences acquises pour préciser la suite de son parcours		
<b>Compétences visées :</b> Compétences générales Intégration des expériences vécues ; identification des compétences mobilisées, acquises, formalisation ; esprit de synthèse, qualité rédactionnelle et de mise en forme de l'information ; argumentation		
<b>Prérequis :</b> stage(s) et modules PPP des semestres précédents		
<b>Contenus :</b> Réactivation des techniques de recherche d'emploi ; Présentation des possibilités de formation tout au long de la vie (CIF, VAE, ...) Analyser les compétences acquises lors d'une expérience professionnelle ou personnelle et reprendre le CV établi lors du module PPP « formalisation du projet : mieux se connaître et préparer son stage ». Évaluation : écrite ou orale sur la restitution de l'expérience vécue et son impact sur l'évolution du ou des projets des étudiants		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> On peut travailler sous forme d'ateliers, où les étudiants auront à produire des documents (différents du mémoire de stage) ou présentation, qui auront l'intérêt de les faire réfléchir, analyser, écrire sur leur vécu et élaborer des projets post DUT. Ils pourront également partager ces analyses avec les autres étudiants. On peut également utiliser les e-portfolio.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> intégration ; expérience		



UE42	Concrétisation professionnelle	
<b>M4201</b>	<b>Projet tutoré</b>	semestre 4
<p><b>Objectif général :</b> Mettre l'étudiant en situation réelle en le préparant à son stage en milieu professionnel</p> <p>Objectifs opérationnels : Conduire en équipe un projet d'envergure professionnelle mettant en œuvre la transversalité des connaissances techniques, technologiques et générales de la spécialité Développer les compétences relationnelles de l'étudiant</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Mise en pratique de la méthodologie de conduite de projets sur un sujet d'importance Sensibilisation aux contraintes de l'entreprise Capacités d'analyse et de synthèse d'un sujet d'envergure Aptitude à comparer diverses solutions techniques, technologiques et économiques Expérimentation de la transdisciplinarité : mise en pratique de l'ensemble des connaissances et savoir faire Développement des compétences relationnelles de l'étudiant : autonomie, initiative, aptitude au travail en équipe Aptitude à la restitution précise et synthétique de l'information technique : rapports écrits et communication orale, conduite de réunion</p>		
<p><b>Prérequis :</b> module de projet tutoré 1 et 2</p>		
<p><b>Contenus :</b> Le sujet doit être suffisamment réaliste pour permettre la mobilisation des outils méthodologiques de conduite et de réalisation de projet Rédaction précise d'un cahier des charges Analyse comparative de diverses solutions techniques et technologiques Utilisation des outils de gestion de projet expérimentés en projet tutoré 1 et 2 pour la planification et la répartition des tâches Analyse économique des diverses solutions Définition d'un budget Réalisation de la solution technique retenue Rédaction des rapports d'étape Rédaction du mémoire de synthèse Présentation orale du projet</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> L'expérimentation du travail en équipe nécessite la constitution de groupes de 3 à 6 étudiants suivant la dimension du projet. L'accompagnement par un tuteur à divers stades du projet est indispensable pour améliorer la qualité de la mise en œuvre Dans la mesure du possible, le projet pourra être conduit en partenariat avec un organisme professionnel qui peut en être le commanditaire.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Stage en entreprise ou organisation</p>		
<p><b>Mots clés :</b> cahier des charges, conduite de projet, Pert, Gantt, travail d'équipe</p>		

UE42	Concrétisation professionnelle	8 semaines minimum
M4202	<b>Stage d'application</b>	S4
<p><b>Objectif du module :</b>  Analyse de l'entreprise/de l'organisation dans ses aspects sociaux, économiques et organisationnels  Analyse de la réalité de l'activité professionnelle  Mise en application des connaissances et savoir-faire acquis durant la formation  Acquisition de savoirs faire professionnels</p> <p><b>Missions :</b>  Travaux d'études et/ou de réalisations en entreprise/en organisation conformes à la spécialité de la formation.</p>		
<p><b>Compétences attendues :</b>  Savoir définir et appliquer une méthode de travail  Etre capable de choisir les outils appropriés aux objectifs et au type de structure  Mettre en œuvre des compétences techniques pour réaliser le projet confié  Savoir évaluer son propre travail</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Ensemble de la formation académique – conduite de projets-expérience acquise en Projet tutoré.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  L'ensemble du processus stage doit se faire dans le cadre d'une démarche de type qualité, décrivant clairement les étapes à respecter :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>la recherche des stages</li> <li>la signature des conventions</li> <li>le déroulement du stage</li> <li>le suivi des stagiaires</li> <li>le compte rendu d'activité</li> </ul> <p>Le processus est piloté par un responsable des stages ; il implique l'ensemble de l'équipe pédagogique pour assurer le suivi des stagiaires (lien avec les tuteurs professionnels, visite en entreprise/en organisations)</p>		
<p><b>Evaluation du stage :</b>  Le stage est évalué conjointement par l'entreprise/l'organisation (tuteur entreprise/organisation) et le département (tuteur enseignant et jury) sur les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• le travail en entreprise/ ou en organisation, au regard des objectifs fixés dans la convention</li> <li>• le rapport écrit, cadré dans sa forme, mettant en évidence une réelle capacité d'analyse notamment sur les missions confiées</li> <li>• la soutenance orale par un jury mixte entreprise/organisation –département.</li> </ul> <p>Pour ces 3 éléments, l'évaluation du stagiaire doit porter sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>sa capacité à utiliser ses acquis académiques dans la réalisation de sa mission</li> <li>les acquis résultant de l'immersion dans le milieu professionnel : compétences techniques et compétences relationnelles en référence au référentiel d'activités et de compétences du DUT</li> </ul>		
<p><b>Documents supports de référence :</b>  Charte ministérielle des stages  Convention de stage  Autres documents supports : guide des stages, livret d'évaluation, enquête de satisfaction entreprise/organisation, échange d'expériences au sein de la promotion d'étudiants...</p>		
<p><b>Documents produits à l'issue de la soutenance</b>  Rapport de stage de l'étudiant  Rapport de soutenance du jury  Fiche d'évaluation de l'entreprise /organisation</p>		

**b. Description des modules : option *Communication des organisations***

UE14C	Instauration de méthodes et pratiques	15h CM, 15h TD
M14C01	<b>Communication des organisations</b>	semestre 1
<b>Objectifs du module :</b> Appréhender les notions de communication interne et externe dans une entreprise ou une organisation		
<b>Compétences visées :</b> Appréhender les différents types de communication d'entreprise. Etre capable d'analyser la situation de communication. Proposer des outils d'information et de communication pertinents au regard du contexte.		
<b>Prérequis :</b> Intérêt pour l'univers entrepreneurial et pour sa communication		
<b>Contenus :</b> Les domaines de la fonction communication Les outils de la communication La notion de contexte		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, conférences et tables rondes, études de cas. Visites de sites web institutionnels, salons, foires ou expositions Regard sur la presse d'entreprise et des organisations, repérage de quelques ouvrages appropriés		
<b>Prolongements possibles :</b> Outils de communication spécifique, Stratégie de communication, Organisations professionnelles		
<b>Mots clés :</b> Fonction de communication, communication organisationnelle, communication interne, communication externe		

UE14C	Instauration de méthodes et pratiques	15h CM, 15h TD
M14C02	<b>Médias : usages et marchés</b>	
<b>Objectifs du module :</b> Percevoir et être en mesure de discerner le potentiel des médias à travers l'étude de leur histoire, de leurs acteurs et de leurs techniques.		
<b>Compétences visées :</b> Situer les différents médias et s'interroger sur leur mode de réception. Choisir les médias adaptés au message et aux objectifs de communication Planifier la diffusion des messages en fonction du ou des médias choisis. Être capable de réaliser une revue de presse. Analyse des enjeux de la combinaison de médias ( <i>crossmedia</i> ) et du transmédia Analyse des impacts des usages numériques		
<b>Prérequis :</b> Curiosité pour la presse, suivi de l'actualité, fréquentation des réseaux sociaux		
<b>Contenus :</b> Analyse des médias Conception de revues de presse Approche numérique des médias		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, Conférences, études de cas, ateliers		
<b>Prolongements possibles :</b> Outils de communication spécifique, Stratégie de communication, Préconisation média		
<b>Mots clés :</b> Médias, transmédia, combinaison de médias ( <i>crossmedia</i> ), revue de presse		

UE14C	Instauration de méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD, 10h TP
	Communication des organisations	
<b>M14C03</b>	<b>Organisations professionnelles</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Favoriser la compréhension du monde professionnel Construire un réseau professionnel</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Analyser et se situer dans son environnement professionnel, technique et réglementaire (organismes et associations professionnelles) Faire de la veille concurrentielle, une analyse comparative (<i>benchmarking</i>) pour l'organisation Faire de la veille informationnelle sur l'actualité du secteur professionnel de la communication, des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) et de l'économie des médias</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Connaissance de la presse spécialisée Initiation à la recherche d'information (tronc commun)</p>		
<p><b>Contenus :</b> Méthodes de la veille informationnelle Les différentes associations et groupements professionnels Les principes de l'analyse comparative (<i>benchmarking</i>) Les collaborateurs du chargé de communication</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, conférences et tables rondes, études de cas, ateliers</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> PPP (Projet Professionnel et Personnel), Stage, Projet tutoré, Atelier de mise en pratique professionnelle niv.1 et niv.2</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Groupements professionnels, analyse comparative (<i>benchmarking</i>), veille informationnelle, acteurs du secteur de l'information et de la communication</p>		

UE14C	Instauration de méthodes et pratiques	10h TD, 20h TP
	Communication des organisations	
<b>M14C04</b>	<b>Outils informatiques</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b>          Découvrir et aborder de façon méthodique l'utilisation d'un logiciel de retouche d'images.          Découvrir les outils et services accessibles via internet : courriel, lettre électronique, transfert de fichier, site web...          Connaître l'environnement technique d'un site web et les outils de base de création d'un site.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Connaître les images numériques bitmap et vectorielles, la notion de résolution, les modes colorimétriques et les formats de fichier.          Maîtriser les bases d'un logiciel de retouche d'image.          Etre capable d'acquérir des images via un appareil photographique numérique ou un scanner.          Produire des images pour la PAO (Publication Assistée par Ordinateur) et pour le web.          Connaître les notions importantes liées à Internet : serveur, navigateur, protocole de communication, hébergement, normes W3C.          Connaître les bases d'un site web : langages HTML et CSS, lien hypertexte...</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Bases informatiques</p>		
<p><b>Contenus :</b>          Présentation des fonctionnalités d'un logiciel de traitement et de retouche de l'image          Présentation des services accessibles via le réseau internet          Utilisation d'un logiciel de création d'un site web          Apprentissage basique des langages HTML et CSS</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          Présentation en TD des logiciels de retouche d'image et de conception de site          Réalisations pratiques en TP sous la forme de la création d'un site web statique avec insertion d'images</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          PAO, Initiation aux techniques et pratiques de l'image et du son, Edition, Webmarketing, Multimédia et web</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Retouche d'image, image bitmap, résolution, internet, web, site web, langage HTML, Langage CSS</p>		

UE24C	Déploiement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD, 10h TP
	Communication des organisations	
<b>M24C01</b>	<b>Études et techniques d'enquêtes</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Connaître et maîtriser les techniques d'enquêtes qualitatives et quantitatives		
<b>Compétences visées :</b> Mener des enquêtes pour recueillir des données statistiques Concevoir et administrer des questionnaires et des grilles d'entretien Connaître les techniques d'interview Conduire un entretien Synthétiser et analyser des informations Utiliser les logiciels de traitement des données et d'analyse sémantique Mobiliser les techniques d'enquête dans le cadre d'une étude de marché		
<b>Prérequis :</b> Sociologie, Psychologie sociale		
<b>Contenus :</b> Analyse de la demande Entretiens, recherche documentaire Élaboration du protocole d'enquête Échantillonnage Rédaction du questionnaire Les biais dans l'enquête Recueil des données (pré test, et recueil final) Traitement des données et analyse des résultats (tris à plat et tris croisés) Interprétation		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Les étudiants devront élaborer une enquête sur le terrain, de la conception de l'objet de l'étude jusqu'à l'analyse statistique des résultats d'après les données recueillies auprès de la population choisie. Cette enquête pourra s'effectuer à l'aide d'un questionnaire papier en face à face ou sous format multimédia. Les données seront dans tous les cas traitées à l'aide d'un logiciel de traitement des données d'enquêtes.		
<b>Prolongements possibles :</b> Atelier de mise en pratique professionnelle, Projet tutoré, Stage, Stratégie de communication, Gestion des ressources humaines		
<b>Mots clés :</b> Questionnaire, Entretien, Analyse statistique, Analyse de contenu		

UE24C	Déploiement des méthodes et pratiques	10h TD, 20h TP
	Communication des organisations	
<b>M24C02</b>	<b>PAO (Publication Assistée par Ordinateur)</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Connaître la chaîne graphique, de la conception à la réalisation finale d'un document		
<b>Compétences visées :</b> Appréhender le champ professionnel concerné et les fonctions des acteurs de la production de documents Utiliser les techniques de base de l'écriture pour support papier ( <i>print</i> ) Distinguer les normes typographiques Utiliser un logiciel de PAO Utiliser un logiciel de dessin vectoriel		
<b>Prérequis :</b> Bases informatiques, Outils informatique		
<b>Contenus :</b> Le secteur professionnel de l'infographie, de la PAO : acteurs, normes, techniques, logiciels... La chaîne graphique ; normes typographiques Utilisation d'un logiciel d'image vectorielle Utilisation d'un logiciel de Publication Assistée par Ordinateur Connaître les fonctions et les tâches d'un infographiste		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Mise en œuvre à travers des réalisations infographiques, PAO, insérées dans des projets transversaux avec d'autres enseignements, liées à des événements dans la structure de formation, etc.		
<b>Prolongements possibles :</b> Projet tutoré, Stage, Edition , Modules complémentaires pour des techniques spécifiques dans ces secteurs		
<b>Mots clés :</b> Infographie, PAO, normes typographiques, dessin vectoriel		



UE24C	Déploiement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD, 10h TP
	Communication des organisations	
<b>M24C03</b>	<b>Outils de communication spécifique</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Appréhender les différents outils et supports de communication interne et externe en situation		
<b>Compétences visées :</b> Identifier et différencier les outils de la communication externe et interne et maîtriser leur terminologie Comprendre les différentes situations de communication Distinguer communication commerciale, communication institutionnelle, communication interne à travers leurs outils		
<b>Prérequis :</b> Communication des organisations, organisations professionnelles		
<b>Contenus :</b> Présentation et analyse des outils et supports fondamentaux de la communication par champ Conception de ces supports et outils		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> TD axés sur des études de cas professionnelles Exercices variés par champ : réalisation d'un journal interne, conception d'un publipostage, rédaction de communiqués de presse, etc.		
<b>Prolongements possibles :</b> Au S3 mise en œuvre de ces outils au sein d'une stratégie, d'un plan de communication		
<b>Mots clés :</b> Communication interne, communication externe, communication commerciale, communication institutionnelle, relations presse, relations publiques, publicité		

UE24C	Déploiement des méthodes et pratiques	40h TP
	Communication des organisations	
<b>M24C04</b>	<b>Atelier de mise en pratique professionnelle (niv.1)</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Mise en pratique des savoirs et savoir faire acquis au regard des principaux outils de communication des entreprises		
<b>Compétences visées :</b> Cerner le projet et le positionnement d'une organisation à partir d'études de cas. Réaliser un support d'information (magazine, contenu web,...)		
<b>Prérequis :</b> S1 : Médias : usages et marchés, Outils informatique, Communication des organisations, Expression écrite, Gestion de projet S2 : PAO, Initiation aux techniques de l'image, Outils de communication spécifique, Multimédia et web, Sémiologie de l'image		
<b>Contenus :</b> Analyse de situation dans un cahier des charges Identification du problème à résoudre Conception d'une ligne éditoriale Planification de la mise en œuvre Ces exercices d'analyse et de conception permettent de mobiliser des compétences transversales		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Exercices en groupes visant à répondre à un cahier des charges à partir de cas réels ou fictifs Présentation écrite et/ou orale du support réalisé Ces enseignements, sous forme de TP, peuvent, pour certains, être insérés dans des projets transversaux liés à des événements dans la structure de formation		
<b>Prolongements possibles :</b> Relations publiques, Création d'événements, Bâtir un plan de communication, Projet Tutoré, Stage		
<b>Mots clés :</b> Communication, écriture d'articles, photographie, études de cas, ligne éditoriale		

UE24C	Déploiement des méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD
	Communication des organisations	
<b>M24C05</b>	<b>Sémiologie de l'image</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> Réfléchir sur le statut de l'image dans la société et sur ses fonctions au sein des dispositifs de communication. Acquérir quelques repères dans l'histoire de la communication par l'image (fixe ou animée)</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Maîtriser les notions fondamentales en sémiologie (courants, écoles, théories) Produire une argumentation raisonnée pour rendre compte de sa perception des images (fixes ou animées) et proposer une analyse du sens des images fixes et animées Situer le sens d'une image (fixe et animée) par rapport à un contexte socio-économique (production et réception) Porter un regard critique face aux messages visuels et audiovisuels Comprendre la fonction des éléments visuels ou audiovisuels dans la communication d'un message (information, récit ou discours) Concevoir les éléments nécessaires à l'élaboration d'une communication par l'image</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Outils informatiques, Initiation aux techniques de l'image, PAO, Linguistique et sémiologie</p>		
<p><b>Contenus :</b> Communication visuelle/ Communication non verbale Signification et interprétation des images Langage de l'image fixe Langage de l'image filmique Rhétorique visuelle et audiovisuelle</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le contenu des enseignements se partagera entre une approche théorique en CM et une approche appliquée en TD fondée sur l'analyse de supports divers et variés : images fixes ou animées, (photos, peintures, affiches, extraits audiovisuels, éléments de sites web,... )</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Audiovisuel, Multimédia et web</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Image, communication, discours, rhétorique, signe, symbole, icône, signification, sens, interprétation, code, sociologie des images</p>		

UE24C	Déploiement des méthodes et pratiques	5h CM, 5h TD, 25h TP
	Communication des organisations	
<b>M24C06</b>	<b>Multimédia et web</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b>  Distinguer les étapes de réalisation d'un site internet  Utiliser les outils de création d'un site internet  Utiliser un logiciel de conception d'animation</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Définir le projet : objectif du site, cible  Concevoir une arborescence et charte graphique  Créer des pages du site  Maintenance et suivi du site  Assimiler les langages de programmation HTML et CSS  Connaître les règles d'accessibilité des contenus web  Connaître les fonctionnalités d'un logiciel de conception d'animation</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Bases informatiques, Outils informatiques, Gestion de projet</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Rédaction d'un cahier des charges et réalisation d'un site internet  Apprentissage des langages HTML et CSS</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Présentation en CM des étapes de réalisation d'un site et des services disponibles sur Internet  Apprentissage en TD des langages de programmation  Création d'un site internet en TP et en autonomie  Création d'une animation intégrant des graphiques, des boutons et des clips</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>  Stage, projet tutoré, webmarketing, communication numérique, Edition</p>		
<p><b>Mots clés :</b>  HTML, CSS, animation, accessibilité, gestion de projet</p>		

UE33C	Prolongement des méthodes et pratiques	10h TD, 20h TP
	Communication des organisations	
M33C01	<b>Audiovisuel</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Appréhender les techniques qui rendent efficace la communication par les films		
<b>Compétences visées :</b> Distinguer les étapes de conception d'un message audiovisuel (synopsis, scénario, découpage) Adapter le message audiovisuel en fonction de la cible, du public visé et de la stratégie de communication Connaître les étapes de réalisation d'un film ( production, écriture, plan de tournage, tournage, montage, édition, supports de diffusion) Comprendre le rôle du montage dans la production d'un message audiovisuel : montage narratif et montage discursif Réfléchir à la relation image/ son Appréhender les différentes formes d'édition et de diffusion d'un message audiovisuel et pouvoir gérer les contraintes techniques correspondantes Réaliser une production audiovisuelle simple en expérimentant l'ensemble des étapes nécessaires, de la conception à l'édition. Travailler en équipe		
<b>Prérequis :</b> Acquis du S1 et du S2		
<b>Contenus :</b> Distinction entre note d'intention, synthèse de l'œuvre ( <i>pitch</i> ), synopsis, scénario Règles de l'écriture scénaristique (récit écrit/ récit audiovisuel) Fonction d'un tableau de découpage Le rôle du montage dans la production d'un message audiovisuel : montage narratif/ montage discursif La relation image/ son Utilisation d'un logiciel de montage audiovisuel		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Analyse de messages audiovisuels Écriture, tournage, montage et édition d'une production audiovisuelle simple		
<b>Prolongements possibles :</b> Atelier de mise en pratique professionnelle (niv.2), Communication événementielle, stage, projet tutoré		
<b>Mots clés :</b> Scénario, tournage, montage, édition de contenus audiovisuels, diffusion de contenus audiovisuels, image/ son		

UE33C	Prolongement des méthodes et pratiques	20h TD, 10h TP
	Communication des organisations	
<b>M33C02</b>	<b>Édition</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>          Connaître la chaîne graphique          Connaître les techniques d'écriture multimédia web</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Approfondir l'utilisation des logiciels de PAO et d'image vectorielle          Utiliser un logiciel de création d'images animées sur le web          Créer des supports de communication électroniques : lettre d'information numérique (<i>newsletter</i>)...          Connaître les spécificités de l'écrit électronique          Connaître les fonctions d'un webmestre éditorial</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          PAO (semestre2), Outils informatiques (semestre1)</p>		
<p><b>Contenus :</b>          Le secteur professionnel de l'infographie et de la PAO adapté à Internet          Les spécificités de l'écrit électronique          Edition et diffusion web</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          En travaux pratiques, réalisation d'écrits électroniques          Mises en œuvre insérées dans des projets transversaux, mise en situation professionnelle          En TD, apprentissage des logiciels</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          Communication numérique, multimédia et web</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Edition web, écrit électronique</p>		

UE33C	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD
	Communication des organisations	
<b>M33C03</b>	<b>Techniques de gestion</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Apprentissage des outils nécessaires à la compréhension globale du fonctionnement d'une entreprise et à la conception d'un projet de communication</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Établir un budget Réaliser un devis Comprendre une facture Déterminer un seuil de rentabilité Calculer une marge Comprendre le fonctionnement d'un bilan et d'un compte de résultat</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Etude des organisations</p>		
<p><b>Contenus :</b> Objets et principes de la comptabilité, opérations commerciales, introduction à la comptabilité de gestion (calcul de coût et de seuil de rentabilité)</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Des exercices en TD à base de cas concrets</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Les projets tutorés, la stratégie de communication, communication événementielle</p>		
<p><b>Mots clés :</b> devis, budget, marge, facture</p>		

UE33C	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 20h TD
	Communication des organisations	
<b>M33C04</b>	<b>Marketing</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Comprendre les stratégies marketing d'une entreprise.		
<b>Compétences visées :</b> Réaliser des études de marché. Interpréter la stratégie marketing d'une organisation Mettre en place une politique de marchéage ( <i>mix marketing</i> ) Réaliser un diagnostic stratégique		
<b>Prérequis :</b> Communication des organisations, études et techniques d'enquêtes		
<b>Contenus :</b> L'étude de marché La stratégie marketing : segmentation, ciblage, positionnement. Le politique de marchéage ( <i>mix marketing</i> ) : les 4 P (produit, prix, place, promotion) Le diagnostic stratégique		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Exercices en travaux dirigés à base de cas concrets Des supports vidéos		
<b>Prolongements possibles :</b> Plan de communication, stratégie de communication		
<b>Mots clés :</b> Étude de marché, politique de marchéage ( <i>mix marketing</i> ), segmentation, ciblage, positionnement		



UE33C	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD
	Communication des organisations	
<b>M33C05</b>	<b>Communication événementielle</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>          Découvrir la typologie (circonstances, modalités, objectifs, cibles, etc.) des différents événements des entreprises et des organisations.          Connaître les exigences et les principes de la conception et de la promotion d'événements.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Considérer l'événement comme un élément d'une politique de communication.          Savoir choisir l'événement approprié.          Savoir identifier les composantes de la création événementielle.</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Lecture de la presse spécialisée. Aptitudes pour le travail en équipe.</p>		
<p><b>Contenus :</b>          Les différents types d'événements des entreprises et des organisations          Les différents aspects de la conception d'événements          Les différents aspects de la promotion d'événements</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          Conférences, ateliers, études de cas , visite, participation, réalisation</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          Projet tutoré, stage</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Typologie des événements, création événementielle, promotion d'événements.</p>		

UE33C	Prolongement des méthodes et pratiques	15h CM, 15h TD, 10h TP
	Communication des organisations	
<b>M33C06</b>	<b>Stratégie de communication</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>  Appréhender les notions de communication stratégique et de communication globale d'une organisation  Mise en œuvre d'une politique de communication</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Situer les différents types de communication externe et interne  Analyser une situation de communication  Mettre en place des outils de communication externe et interne pertinents  Mener un audit de communication  Établir un plan de communication globale</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Théories de l'information et de la communication, Communication des organisations, Médias : usages et marchés, Organisations professionnelles, PAO, Outils de communication</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Les étapes de la démarche stratégique en communication  Définition d'une stratégie de communication  Définir le positionnement de communication  Déterminer les cibles de communication  Choisir les outils de communication adaptés à la stratégie  Établir un tableau de bord  Mettre en place une évaluation des actions de communication</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Exercices en travaux dirigés à base de cas concrets  Supports vidéo</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>  Atelier de mise en pratique professionnelle niveau 2, stage, projet tutoré</p>		
<p><b>Mots clés :</b>  stratégie de communication, audit de communication</p>		

UE33C	Prolongement des méthodes et pratiques	5h CM, 10h TD, 10h TP
	Communication des organisations	
<b>M33C07</b>	<b>Plan média</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Déterminer un plan média		
<b>Compétences visées :</b> Choisir, dans le cadre d'une campagne publicitaire, les médias et supports devant être utilisés Déterminer les moments de diffusion ainsi que l'établissement d'un calendrier de campagne.		
<b>Prérequis :</b> communication des organisations, médias, usages et marchés, organisations professionnelles, outils de communication, stratégie de la communication, techniques de gestion		
<b>Contenus :</b> Étude des critères de choix d'un support selon des critères quantitatifs (l'audience, l'audience utile, le coût pour mille utile, l'affinité à la cible), et des critères qualitatifs. Étude des critères de choix d'un plan média (notions d'ODV, ODE, taux de couverture...) Analyse de l'efficacité publicitaire des moyens de communication.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Exercices en travaux dirigés à partir du média poche et autres supports		
<b>Prolongements possibles :</b> Pratique professionnelle niveau 2		
<b>Mots clés :</b> plan média, audience, médias		

UE34C	Modules complémentaires préliminaires	5h CM, 15h TD, 5TP
M34C01C	<b>Écrire pour le web</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Le module aborde en détails "l'art du mille-feuilles" auquel peut être comparée la lecture numérique. Définir quelles sont les règles qui président à la conception rédactionnelle d'un site, d'une lettre d'information numérique (<i>newsletter</i>) ou... d'un article journalistique en ligne.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Mesurer les enjeux de l'écriture web Comprendre et appliquer les techniques de l'écriture web</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Les cours d'expression écrite et orale des semestres 1, 2 et 3</p>		
<p><b>Contenus :</b> Panorama théorique des usages, des techniques, des aspects juridiques de l'écriture web et présentation du métier de community manager Les différents domaines de l'écriture web et leurs spécificités : site internet, presse, réseaux sociaux <i>buzz</i> (viralité), diffusion, réseau, contrôle</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cas pratiques et mises en situation jalonnent le cours.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> communication numérique, webmarketing, atelier de mise en pratique professionnelle</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Community manager</p>		

UE34C	Modules complémentaires préliminaires	5h CM, 15h TD, 5 TP
M34C02C	<b>Communications de crise, financière, responsable, etc.</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Découvrir les formes de communication spécifiques : communication de crise, financière, responsable...		
<b>Compétences visées :</b> Développer une expertise sur des domaines transversaux de la communication		
<b>Prérequis :</b>		
<b>Contenus :</b>  Communication financière :  Le marketing boursier La stratégie financière Les outils de communication tous publics Les relations avec le milieu financier La communication dans la vie boursière de l'entreprise  Communication de crise :  La communication directement utile à la gestion de crise (alerte des clients ou des populations, consignes, communication de coordination des opérations) qui se destine à réduire les impacts directs de la crise La communication sur les enjeux qui se destine à limiter les polémiques et à protéger la réputation d'une organisation en crise.  Communication responsable ou communiquer de façon responsable :  Changement des pratiques des métiers de la communication et de la publicité. Les principes de la communication responsable Mutation des comportements de consommation, les consommateurs réclament plus d'éthique de la part des entreprises, et une cohérence entre la communication et l'activité de l'entreprise etc.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, conférences et tables rondes, études de cas.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Communication financière, communication de crise, communication responsable		

UE34C	Modules complémentaires préliminaires	5h CM, 15h TD, 5 TP
	Communication des organisations	
<b>M34C03C</b>	<b>Communication interculturelle</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>  Appréhender la diversité sociale et culturelle  Savoir fournir des supports de communication qui la prennent en compte</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Appréhender différents environnements culturels spécifiques  Être capable d'analyser comparativement des supports de communication dans des langues différentes  Réaliser des supports pertinents et adaptés à la culture</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Intérêt pour les langues vivantes étrangères et pour les groupes sociaux divers</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Bases de l'anthropologie  Problématique de la traduction, comprendre les cultures autres  Culture et société étrangères</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Cours, conférences et tables rondes, études de cas.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b>  Diversité culturelle et sociale, gestion du risque interculturel, anthropologie</p>		

UE34C	Modules complémentaires préliminaires	5h CM, 15h TD, 5 TP
	Communication des organisations	
<b>M34C04C</b>	<b>Mécénat, <i>sponsoring</i></b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Découvrir les enjeux et les pratiques des organisations en matière de mécénat et parrainage ( <i>sponsoring</i> )		
<b>Compétences visées :</b> Savoir choisir le dispositif de partenariat le plus adapté aux objectifs de communication Etre capable de mettre en œuvre des partenariats		
<b>Prérequis :</b> La stratégie de communication		
<b>Contenus :</b> Présentation du contexte juridique Les différentes formes de mécénat et de parrainage ( <i>sponsoring</i> ) Promouvoir le partenariat		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, conférences et tables rondes, études de cas.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> communication institutionnelle, parrainage, mécène, sponsor		

UE43C	Consolidation des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD
	Communication des organisations	
<b>M43C01</b>	<b>Gestion des ressources humaines</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b>          Acquérir les méthodologies de l'audit de communication interne          Comprendre et analyser les enjeux, les discours et les stratégies mises en œuvre dans les entreprises pour gérer les collectifs de travail</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Connaître et comprendre la culture et l'identité de l'entreprise          Savoir établir un état des lieux de la qualité de la communication          Connaître les techniques de l'audit          Savoir rédiger un rapport d'audit</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Sociologie ; psychologie sociale, communication des organisations, stratégie de communication, principes du droit et droit du travail, outils de communication</p>		
<p><b>Contenus :</b>          Étude du contexte institutionnel          Élaboration des grilles de diagnostic          Analyse du fonctionnement organisationnel et managérial          Analyse de la qualité de la communication managériale          Rédaction du rapport d'études</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          Bases théoriques en CM en communication managériale, en ressources humaines et en droit          Études de cas en TD sur l'élaboration du diagnostic et l'analyse des outils de communication          Travail en autonomie pour la rédaction du rapport</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          Stage, projet tutoré</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          gestion des ressources humaines, audit de communication, communication managériale, organisation</p>		



UE43C	Consolidation des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD
	Communication des organisations	
<b>M43C02</b>	<b>Webmarketing</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b>  Appréhender les différents outils du marketing sur le web (<i>webmarketing</i>)  Comprendre les enjeux du e-commerce</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Appréhender le marketing sur le web (<i>webmarketing</i>), le marketing des réseaux sociaux</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Communication médias, Communication hors média et techniques alternatives</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Les composantes et les enjeux du marketing sur le web (<i>webmarketing</i>)  La présence sur le web (modèles directs et indirects)  Les blogs  Le référencement naturel  L'analyse des visites  Le marketing mobile  La réglementation (en lien avec les enseignements de droit)</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques.  Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>  En lien avec les enseignements de conception de sites web</p>		
<p><b>Mots clés :</b>  Site internet, blog, référencement, mobile, multimédia, réseaux sociaux, e-commerce</p>		

UE43C	Consolidation des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TP
	Communication des organisations	
<b>M43C03</b>	<b>Communication numérique</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Appréhender les techniques qui permettent de mettre en place une stratégie de communication efficace sur le web</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les technologies de l'information et de la communication numériques Mettre en place une stratégie de communication sur le web Mesurer l'efficacité des outils utilisés Animer et modérer une communauté d'internautes Utiliser les outils en tenant compte de leurs particularités : instantanéité, mobilité et interactivité Maîtriser les outils de veille informatique et d'agrégation de données Administrer le contenu d'un site web</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Stratégie de communication, Gestion de projet, Multimédia et web, Informatique et réseaux, Webmarketing, Edition électronique</p>		
<p><b>Contenus :</b> Présentation des nouveaux outils de communication : réseaux sociaux en ligne et microblogage Utilisation des outils de référencement, de veille et d'analyse d'audience internet Mise en place d'une campagne de communication sur ces outils</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Présentation en CM des stratégies de communication sur le web Ateliers d'utilisation des outils de communication, d'analyse d'audience et de veille</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Stage, projet tutoré</p>		
<p><b>Mots clés :</b> réseau social, microblogage, référencement, analyse d'audience, agrégateur, stratégie de communication</p>		

UE43C	Consolidation des méthodes et pratiques	25h TD, 30h TP
	Communication des organisations	
<b>UE43C04</b>	<b>Atelier de mise en pratique professionnelle (niv.2)</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Actualiser les savoirs et savoir faire acquis au regard des principaux outils de communication des entreprises</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Comprendre le projet et le positionnement d'une organisation à partir d'études de cas et des productions concrètes. Conception d'une stratégie de communication Construire l'identité d'une organisation à travers la ligne éditoriale de ses supports de communication Maîtrise des étapes nécessaires à la mise en œuvre d'une politique de communication (cibles, objectifs, supports et actions)</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Contenus d'enseignements du S1, S2 et S3</p>		
<p><b>Contenus :</b> Exercices individuels ou en groupes visant à gérer des situations concrètes de communication à partir de cas réels ou fictifs. Analyse de situation Identification du problème à résoudre Conception d'une stratégie Planification de la mise en œuvre Ces exercices d'analyse et de conception permettent de mobiliser toutes les compétences transversales acquises durant les 3 précédents semestres</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Présentation écrite et/ou orale d'un plan de communication Conception de supports de communication Ces enseignements, sous forme de TP, peuvent, pour certains, être insérés dans des projets transversaux liés à des événements dans la structure de formation</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Projet Tutoré, Stage</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Communication, marketing, plan de communication, relations publiques, relations presse, études de cas</p>		

UE44C	Modules complémentaires de continuation	5h CM, 15h TD, 5 TP
	Communication des organisations	
<b>M44C01C</b>	<b>Analyse de l'actualité</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Analyse et compréhension des questions d'actualité		
<b>Compétences visées :</b> Organiser une veille informationnelle sur les médias Réaliser une synthèse critique de l'actualité Organiser des débats sur des thèmes d'actualité		
<b>Prérequis :</b> Médias : usages et marchés, Culture générale et humanités, Organisations professionnelles, Curiosité pour les médias		
<b>Contenus :</b> Analyse de la couverture informationnelle par différents supports Connaissance de l'environnement journalistique : médias et journalisme Comprendre les enjeux politiques, économiques et sociétaux contemporains		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Analyse de cas, Cours, conférences et tables rondes		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Actualité, médias, journalisme, veille informationnelle		

UE44C	Modules complémentaires de continuation	5h CM, 15h TD, 5 TP
	Communication des organisations	
<b>M44C02C</b>	<b>Communication culturelle</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Analyse et compréhension des problématiques de la médiation culturelle Approfondissement de la culture personnelle</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> S'interroger sur les enjeux et les stratégies de communication qui encadrent aujourd'hui les manifestations culturelles, quelle que soit leur nature (arts de la rue, arts du spectacle, expositions, etc.). Comprendre les dimensions politiques et sociales de ces manifestations Acquérir un savoir-faire en matière d'ingénierie des projets culturels S'initier au montage de projets culturels.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Culture générale et humanités, curiosité pour l'art et la culture, mécénat et parrainage (<i>sponsoring</i>)</p>		
<p><b>Contenus :</b> Le couple culture et communication. Le concept de médiation culturelle Le système culturel L'économie mixte de la culture La culture et ses publics Marketing des arts du spectacle vivant Musées et leurs stratégies d'exposition</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Analyse de cas, cours, exposés, conférences, visites</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Art, Culture, médiation culturelle, musée, exposition, arts de la rue, projet culturel</p>		

UE44C	Modules complémentaires de continuation	5h CM, 15h TD, 5 TP
	Communication des organisations	
<b>M44C03C</b>	<b>Création d'entreprise</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Favoriser la démarche d'entreprendre des étudiants		
<b>Compétences visées :</b> Connaître l'environnement juridique de l'entreprise et les acteurs institutionnels Être capable d'analyser la viabilité économique et mercatique d'une activité		
<b>Prérequis :</b> Marketing, gestion		
<b>Contenus :</b> Étude de marché Montage financier et juridique Présentation de dispositifs d'aide		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, conférences et tables rondes, études de cas.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Etude de marché, plan stratégique, plan prévisionnel		

UE44C	Modules complémentaires de continuation	5h CM, 10h TD, 10h TP
M44C04C	<b>Sociologie de la consommation</b>	
<b>Objectifs du module :</b> Appréhender la consommation par le marketing et par la sociologie		
<b>Compétences visées :</b> Mener des entretiens sur les modes de consommation Analyser le rapport aux objets et à la consommation Comprendre les enjeux du marketing		
<b>Prérequis :</b> Sociologie, psychologie sociale, marketing		
<b>Contenus :</b> Modèles de consommateur, modèles comportementalistes, modèles séducteurs Approche sociologique de la consommation, sociologie compréhensive Outils de gestion d'offre commerciale : outils marketing, outils sociologiques, apport des modèles sociologiques		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Analyse de cas, Enquête, Cours		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Consommation, modèles de consommateur, sociologie compréhensive, marketing		

**c. Description des modules : option *Information numérique dans les organisations***

UE14I	Instauration de méthodes et pratiques	10h CM
	Information numérique dans les organisations	
<b>M14I01</b>	<b>Culture de l'information</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est d'amener l'étudiant à comprendre la société de l'information, à en saisir les courants et les évolutions, à développer son sens critique et sa culture professionnelle sur les usages, les savoirs et les capacités en jeu dans la société actuelle en mutation.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les concepts et les enjeux de l'information et de la culture informationnelle Situer les activités professionnelles et personnelles dans le contexte global de la société de l'information Développer une réflexion critique vis-à-vis de l'information, de ses rapports complexes avec la connaissance et la culture, ainsi que vis à vis des comportements et usages informationnels, des technologies de l'information et des nouvelles dépendances qu'elles suscitent.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Bases de la communication</p>		
<p><b>Contenus :</b> Notions et concepts relatifs à l'information Environnements, acteurs et problèmes informationnels ("info-pollution", effets des modes de classement des moteurs de recherche, dématérialisation, "temps réel"...)  Impacts et prise en compte des nouvelles formes de production, de diffusion et de pratique de l'information Usages et usagers de l'information</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport théorique</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Culture de l'information, Culture numérique, Usage, Dispositif, Théorie de l'information</p>		



UE14I	Instauration des méthodes et pratiques	10h CM, 10hTD
<b>M14I02</b>	<b>Bases de la communication</b>	
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de permettre aux étudiants de s'intégrer dans des équipes pluridisciplinaires chargées de projets de communication (en entreprises, associations, collectivités territoriales, structures culturelles...)</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Élaborer un diagnostic de communication Élaborer un plan de communication. Élaborer des préconisations, des recommandations Identifier les prestataires et savoir travailler avec eux Concevoir des actions de communication adaptées aux cibles</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Aucun</p>		
<p><b>Contenus :</b> La stratégie de communication, les différentes étapes de son élaboration (positionnement, objectifs, détermination des cibles, stratégie créative, choix des médias et des supports, planification, bilan.) Coût de la communication et contraintes budgétaires ; les demandes de devis et les appels d'offres. Contrôle de l'efficacité de la communication. Techniques médias : radio, presse, TV, affichage, internet, cinéma Techniques hors médias : marketing direct, promo des ventes, relations presse et publiques.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Rédaction d'un plan de communication pour un organisme.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Communication, plan de communication</p>		

UE14I	Instauration des méthodes et pratiques	10hTD, 10hTP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M14I03</b>	<b>Recherche d'informations spécialisées</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> En fin de module, les étudiants devront être en mesure de répondre à un besoin d'information élaboré, en planifiant les différentes étapes de leur recherche, en choisissant les sources pertinentes et spécialisées et en maîtrisant l'usage des outils de recherche avancés.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Analyser les besoins d'information Délimiter un sujet de recherche spécialisé Définir une stratégie de recherche et une méthodologie Repérer et utiliser les sources d'information scientifique et technique (bases de données, outils spécialisés, etc.)</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Initiation à la recherche d'information</p>		
<p><b>Contenus :</b> Définir le concept de besoin d'information et ses caractéristiques et mettre en œuvre des méthodes d'analyse des besoins d'information dans des domaines professionnels et/ou spécialisés Construire une stratégie de recherche pertinente (choix des sources et des outils) et une méthodologie (choix des mots clés, requêtes) Connaître les sources d'information dans différents domaines spécifiques (économique, scientifique et technique, juridique...) Interroger différentes bases de données spécialisées Connaître et utiliser les ressources locales (bibliothèques universitaires, centres de documentation, experts...) Rechercher des brevets, des experts et des organismes à l'international Évaluer et sélectionner l'information Connaître les règles de citation des sources</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b></p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Recherche d'information, outil de recherche, analyse d'un besoin d'information, information scientifique et technique</p>		

UE14I	Instauration de méthodes et pratiques	5h CM, 10h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M14I04</b>	<b>Publication web, PAO</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> En fin de module, les étudiants seront en mesure de rédiger et organiser des contenus textuels et graphiques pour une diffusion en ligne.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Rédiger en tenant compte des modes de lecture à l'écran Organiser visuellement les contenus Réaliser des produits d'infographie à l'aide des logiciels spécialisés Utiliser les spécificités du multimédia pour enrichir ses pages web</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Connaissance des codes typographiques de base</p>		
<p><b>Contenus :</b> Apprentissage des principes essentiels en matière d'ergonomie et d'accessibilité Découverte et utilisation des CSS pour garantir une séparation fond/ forme et travailler la structuration des pages Utilisation des logiciels de PAO et réalisation de produits d'infographie Intégration d'images, de vidéos ou de fichiers son pour enrichir et diversifier les contenus</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b></p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Ergonomie web, écriture pour le web, traitement de l'image, contenus éditoriaux</p>		

UE14I	Instauration de méthodes et pratiques	5h CM, 15h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M14I05</b>	<b>Réalisation audiovisuelle : photo, son</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de maîtriser les techniques de réalisation, d'acquisition et de traitement numériques des images fixes, et des enregistrements sonores.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Être capable de réaliser un produit audiovisuel monomédia (image fixe, son)</p>		
<p><b>Prérequis :</b></p>		
<p><b>Contenus :</b> Vocabulaire et notions de base de l'image fixe du son (prise de vue, techniques de montage, description de ces documents spécifiques,) Sémiologie de l'image Formats et étapes de l'acquisition numérique de l'image et du son : quels formats pour quelles utilisations, problématiques des conversions/migrations entre supports Prise en mains d'un appareil photo numérique, et d'un appareil de prise de son Prise en mains de quelques logiciels spécifiques (montage, retouche d'images...) Réalisation d'un produit audiovisuel monomédia</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b></p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Intégration dans les projets tutorés</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Audiovisuel, image fixe, photographie, son</p>		

UE14I	Instauration de méthodes et pratiques	20h TD
	Information numérique dans les organisations	
<b>M14I06</b>	<b>Analyse de contenu, synthèse et résumé</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de développer les capacités d'identification, de synthèse et d'analyse des informations</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Lire un document, analyser son contenu, le synthétiser ou le résumer Employer les techniques de lecture rapide, d'analyse de contenu (texte, image, son), de synthèse et de résumé Utiliser les outils de cartographie conceptuelle.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module « culture de l'information »</p>		
<p><b>Contenus :</b> Typologie des informations et des documents Structure d'un document, notamment un document numérique navigable : métadonnées, sommaire, table des matières, index alphabétique, mode plan, numérotation, liens.... Techniques de lecture rapide Techniques d'analyse de contenu (texte, image, son) Techniques de synthèse et de résumé Cartographie et schéma heuristique</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b></p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Analyse de contenu, structuration de l'information, traitement de l'information, synthèse, résumé, cartographie.</p>		

UE24I	Déploiement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD
	Information numérique dans les organisations	
<b>M24I01</b>	<b>Économie de l'information</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est d'amener l'étudiant à appréhender l'information dans sa dimension stratégique, comme bien économique et comme élément de la productivité de l'organisation. Les notions de coût de l'information (production, usage, diffusion, propriété intellectuelle) seront abordées dans une approche globale de l'économie d'entreprise.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les mécanismes économiques intéressant la production et les services d'information Maîtriser les principes de la stratégie d'entreprise en matière de management de l'information Analyser et participer aux stratégies d'information dans une maîtrise planifiée des coûts</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Culture de l'information Connaissance des fondamentaux de l'économie générale et de l'économie d'entreprise</p>		
<p><b>Contenus :</b> Notions et concepts économiques Théories sur l'économie de l'information Usage et valeur de l'information Stratégie de l'information Étude de modèles économiques en matière de production et services d'information</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport théorique Études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Économie de l'information, Économie numérique, Stratégie d'entreprise, Produit d'information, Service</p>		

UE24I	Déploiement des méthodes et pratiques	10h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M24I02</b>	<b>e-réputation</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est d'identifier les techniques de veille et de recherche sur l'identité numérique d'une entité afin de savoir réaliser un diagnostic d'image et de mettre en place un système de surveillance de l'image d'une marque, d'une organisation ou d'un individu.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Réaliser un diagnostic de l'image numérique d'une entité (marque, personne, entreprise, organisme) Acquérir des méthodes et techniques pour assurer la veille et le développement d'une identité numérique Mettre en place et planifier une veille sur l'e-réputation d'une entité Créer, protéger et valoriser l'identité numérique d'une entité, notamment à travers les réseaux sociaux Respecter et faire respecter les principes légaux et déontologiques de l'e-réputation</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Recherche d'informations spécialisées Veille informationnelle</p>		
<p><b>Contenus :</b> Définition et distinction d'identité, d'image, de réputation dans la société et sur les réseaux numériques Présentation des mécanismes de traces et des principes d'archivage des données publiques Notion d'opinion publique (influence, rumeurs, <i>buzz</i> [viralité]...) Optimisation de l'identité numérique en fonction des cibles visées Adopter une stratégie pour gérer et contrôler son Identité Numérique (profils, etc.) Connaître les sources à surveiller pour l'e-réputation et adapter les stratégies de valorisation en fonction Observer la concurrence et surveiller l'image de la marque. Études de cas réels : Diagnostic et recommandations Certains contenus pourront être illustrés à l'aide de cas d'e-réputation individuelle ou organisationnelle.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Réaliser un plan de surveillance de l'image et de la réputation de l'organisation</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> veille image, e - réputation, identité numérique, archivage des données publiques</p>		

UE24I	Déploiement des méthodes et pratiques	8h CM, 12h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M24I03</b>	<b>Bases de données documentaires</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> L'étudiant devra connaître les différents types d'outils permettant de gérer et décrire le document ainsi que leurs fonctionnalités. Il saura paramétrer les bases de données documentaires et maîtrisera le catalogage informatisé. Il devra également être capable à l'issue du module de maîtriser les fonctionnalités avancées des outils (interopérabilité, interface utilisateur et fonction portail, etc.)</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les fonctionnalités et les typologies des applications de gestion des documents Maîtriser l'installation et le paramétrage d'une application documentaire Maîtriser le catalogage informatisé Maîtriser les fonctionnalités avancées</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Maîtrise d'un poste informatique Métadonnées Analyse, synthèse et résumé</p>		
<p><b>Contenus :</b> Atouts et fonctionnalités des applications de gestion documentaire Typologie des outils Connaissance de l'offre du marché Paramétrage d'une base de données documentaire Catalogage informatisé des différents types de documents Prise en main des fonctionnalités complémentaires (OPAC, prêt, import/ export, etc.)</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> CM sur le volet théorique du module Mise en œuvre en salle informatique</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Mise en situation professionnelle (transversale avec les autres enseignements)</p>		
<p><b>Mots clés :</b> GEID, Logiciel documentaire, ECM, catalogue informatisé</p>		



UE24I	Déploiement des méthodes et pratiques	8h CM, 10h TD, 12h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M24I04</b>	<b>Veille informationnelle</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> En fin de module, les étudiants seront en mesure de s'inscrire dans une activité d'intelligence économique, à travers la mise en place d'une démarche de veille informationnelle structurée.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Appréhender une problématique d'intelligence économique, de veille stratégique, ou de différents types de veille Mettre en place une démarche de veille : objectifs, périmètre, sources, outils, livrables. Définir un plan de veille et utiliser les différents outils et dispositifs de veille Organiser un système d'alerte informationnelle.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module « Recherche d'informations spécialisées » Module « Initiation à la recherche d'information »</p>		
<p><b>Contenus :</b> Connaître les critères d'évaluation des sources et des contenus Définir et comprendre l'intelligence économique, la veille stratégique et les différents concepts liés. Distinguer les différents types et niveaux de veille : veille informationnelle, veille image, veille technologique, concurrentielle, etc. Connaître les outils de veille et d'alerte Utiliser les fonctionnalités de recherche avancée des moteurs et métamoteurs. Identifier, caractériser, sélectionner et localiser des sources, en fonction de critères de qualité et en fonction de l'utilisation future (notion de droits d'utilisation) Rechercher dans les blogs, forums, wikis, sites de <i>bookmarking</i> social (partage de signets), réseaux sociaux... Mettre en place un plan de veille internet : objectifs, périmètre, sources surveillées, outils, livrables de veille</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b></p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Veille, intelligence économique, plan de veille, outil de veille, veille sur le web 2.0</p>		

UE24I	Déploiement des méthodes et pratiques	4h CM, 10 TD, 16h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M24I05</b>	<b>Conception de sites web</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> En fin de module, les étudiants seront en mesure de s'intégrer à un projet de conception et de réalisation d'un site web.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Réaliser et mettre en ligne des produits d'information électroniques Savoir associer produits hypermédias et produits numériques imprimables afin de générer une synergie favorable à la diffusion de l'information Fidéliser son ou ses publics cibles par l'intermédiaire d'un site de qualité</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module « Publication web » Module « Bases de la communication numérique »</p>		
<p><b>Contenus :</b> Travail sur l'architecture et la structuration de contenus web à travers le rubriquage, l'arborescence et la navigation Utilisation d'une charte graphique Intégration de fichiers téléchargeables : lettre d'information numérique (<i>newsletter</i>), panorama de presse, guide d'utilisateur, etc.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> TD en salle informatique : exercices pratiques Analyse de produits électroniques Réalisation d'un mini site web, contenant différents types de produits (communication, information, formation)</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Architecture d'un site web, charte graphique, produits électroniques</p>		

UE24I	Déploiement des méthodes et pratiques	5h CM, 5h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M24I06</b>	<b>Métadonnées</b>	semestre 2

**Objectifs du module :**

L'objectif de ce module est de comprendre les concepts permettant la structuration du contenu dans tout produit ou support d'information, et d'être capable d'utiliser les différents systèmes de représentation des contenus

**Compétences visées :**

Concevoir, renseigner et manipuler les métadonnées  
 Etablir, diffuser et échanger de l'information bibliographique en respectant les normes et les formats d'échange  
 Utiliser une application basique de fouille de texte et de données (*text-mining* et *data-mining*)  
 Concevoir un document structuré, notamment un document numérique navigable, ou structurer un document existant.  
 Utiliser les langages de description et de structuration et leurs applications  
 Décrire le contenu de documents à travers les différents types de référentiels (nomenclature, plan de classement, classification, taxonomie, thesaurus, ontologie...) et participer à leur construction

**Prérequis :**

Module « Analyse de contenu, synthèse et résumé »

**Contenus :**

Notion de métadonnée  
 Les différents types de référentiels (nomenclature, plan de classement, classification, taxonomie, thesaurus, ontologie...)  
 Utilisation des différents systèmes référentiels existants (*tags* [mots-clés communautaires], « catégories », classifications, taxonomies, thesaurus, ontologies...)  
 Méthodologie de construction d'un tel référentiel  
 Normes et formats d'échanges pour l'information bibliographique

**Modalités de mise en œuvre :**

TD et exercices pratiques de description et de structuration de documents

**Prolongements possibles :**

Établir un lien avec les modules traitant de la gestion de contenus

**Mots clés :**

Métadonnées, format d'échange, document structuré, nomenclature, ontologie

UE33I	Prolongement des méthodes et pratiques	10h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M33I01</b>	<b>Formation des usagers</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est de mettre en œuvre toutes les étapes de l'élaboration d'une formation d'usagers : stratégie (quelle formation pour quel besoin, quel objectif), offre (thème de formation), communication (attirer du public), organisation (où, quand, comment), contenu (plan de formation : théorie, exercice), application (animation de la formation), supports (tutoriels), suivi (évaluation, suivi).</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Construire une offre de formation adaptée aux besoins Concevoir le scénario pédagogique Produire les documents de formation Animer les séances de formation et évaluer les acquis Connaître la méthodologie et les outils de formation en présence et en ligne</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Culture de l'information Bases de la communication</p>		
<p><b>Contenus :</b> Méthodologie de l'ingénierie pédagogique Analyse du besoin de formation et élaboration de l'offre Construction du scénario pédagogique Gestion des aspects logistiques Animation de séances pédagogiques Méthodes d'évaluation</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport théorique et méthodologique Élaboration et mise en œuvre d'un projet de formation</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Formation, Ingénierie pédagogique , Tutoriel, Évaluation</p>		

UE33I	Prolongement des méthodes et pratiques	20h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M33I02</b>	<b>Stratégie de communication numérique</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de mettre en place une stratégie de communication numérique, et de concevoir des actions de communication digitale adaptées aux cibles.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Mettre en œuvre des techniques du webmarketing (stratégies de contenus, <i>search marketing</i> [marketing de la recherche en ligne], affiliation, marketing viral, marketing mobile...), d'animation de sites web Évaluer la pertinence des actions digitales d'un annonceur Rédiger un plan de communication digitale adapté aux cibles</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Bases de la communication numérique</p>		
<p><b>Contenus :</b> Spécificités des canaux digitaux (mobile, web, tablette) Optimisation de contenu/ <i>netlinking</i> (optimisation des liens) Exploitation des liens commerciaux <i>E-mailing</i> (publipostage) <i>E-publicité</i> (publicité en ligne) Les médias sociaux Leviers du marketing mobile Analyse des actions digitales d'une organisation institutionnelle</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b></p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Un plan de communication alliant des actions en ligne et hors ligne</p>		
<p><b>Mots clés :</b> stratégie de communication numérique, plan de communication digitale, webmarketing, stratégie multicanal, médias sociaux, outils nomades</p>		

UE33I	Prolongement des méthodes et pratiques	20h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M33I03</b>	<b>Intelligence collective</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est d'organiser et d'animer le partage des connaissances au sein d'une entreprise ou d'une communauté virtuelle</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Comprendre son environnement professionnel et identifier les interactions informationnelles Identifier les besoins des usagers et proposer les dispositifs collaboratifs pertinents Connaître et savoir utiliser les outils collaboratifs ou services numériques contributifs Former les usagers à ces outils Créer, animer, coordonner, modérer une communauté de pratiques ou de connaissances</p>		
<p><b>Prérequis :</b> S1 et S2, notamment module « Culture de l'information ».</p>		
<p><b>Contenus :</b> Partage des connaissances et son intérêt pour la mise en œuvre de la stratégie d'entreprise Notions de communauté, de connaissance, d'intelligence, de réseau, de mutualisation, de capitalisation, de transversalité, culture d'entreprise, organisation apprenante Prise en compte de l'organisation et de ses acteurs Pratiques informationnelles et prise en compte des usagers Accompagnement du changement Instrumentation du partage des connaissances Connaissance et maîtrise des outils de partage et de circulation des connaissances (liste non exhaustive, à actualiser chaque année) : <i>réseaux sociaux, plateformes et outils collaboratifs, outils de partage de favoris, outils de partage et agrégation de fils RSS, partage et recommandation d'articles, outils de représentation de l'information : cartes heuristiques, PREO 3D,...</i> Animation d'une communauté d'intérêts ou de pratique (<i>community management</i>)</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Application : mise en place d'un dispositif collaboratif pour un projet (projet tutoré ou autre)</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Collaboration, management des connaissances, intelligence collective, animation de communauté</p>		

UE33I	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 20h TD
	Information numérique dans les organisations	
<b>M33I04</b>	<b>Analyse d'un système d'information</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est d'apporter les fondements théoriques et méthodologiques à l'étudiant pour pouvoir analyser les systèmes d'information institutionnels et personnels mis en œuvre dans l'organisation.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les théories du management de l'information Comprendre les enjeux d'une politique d'information maîtrisée Se positionner au sein du système d'information de l'organisation Utiliser les outils et méthodes d'analyse et d'évaluation des processus et des systèmes Analyser les besoins, attentes et usages des utilisateurs Rédiger une étude préalable</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Culture de l'information Bases de la communication Economie de l'information</p>		
<p><b>Contenus :</b> Connaissance des principes des systèmes d'information Enjeux du management de l'information Bases du marketing Analyse fonctionnelle Enquêtes d'usages et de besoins</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apports théoriques, études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Stratégie d'entreprise ; Audit ; Politique documentaire ; Système d'information</p>		

UE33I	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M33I05</b>	<b>Bases de données relationnelles</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de comprendre les fonctions d'un système de gestion de base de données relationnelles (SGBD-R), de savoir mettre en place et gérer des bases de données.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir utiliser et administrer des logiciels de gestion de bases de données Concevoir, paramétrer et administrer des bases de données Utiliser le langage PHP/MySQL</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Maîtrise d'un poste informatique client standard</p>		
<p><b>Contenus :</b> Typologie des SGBD-R Langage PHP/MySQL Modélisation de données en vue d'un traitement Prise en main des logiciels Conception et réalisation de la base de données Mise en ligne</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> CM sur le volet théorique du module Mise en œuvre en salle informatique</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Établir un lien avec les modules traitant du web dynamique Mise en situation professionnelle (transversal avec les autres enseignements)</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Informatique, bases de données, SGBD-R</p>		



UE33I	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M33I06</b>	<b>Prestations de veille</b>	semestre 3

**Objectifs du module :**

En fin de module, les étudiants seront en mesure de produire un livrable restituant les résultats d'une activité de veille. Ce livrable, par sa forme et son contenu devra être une aide à la décision pour le destinataire.

**Compétences visées :**

Réaliser un livrable de veille, en réponse à un besoin complexe, défini par une organisation, dans un contexte donné

**Prérequis :**

Module « Recherche d'informations spécialisées »  
Module « Veille informationnelle »

**Contenus :**

Savoir dialoguer avec les utilisateurs et conduire des entretiens d'explicitation des besoins d'information lorsqu'ils ne sont pas clairement identifiés au départ.

Utiliser des stratégies pour s'adapter à des sujets de recherche variés, y compris dans des domaines qu'on ne maîtrise pas.

Connaître la gamme des moyens de restitution de l'information et/ou de la veille (livrables)

Réaliser différents livrables (ex : lettre d'information numérique [*newsletter*] de veille)

Définir les critères de qualité d'un livrable

**Modalités de mise en œuvre :**

Cas pratique à traiter : veille à mener sur un sujet précis, durant 4 à 5 semaines, avec réalisation d'un livrable de veille

**Prolongements possibles :**

Réaliser une veille, en situation réelle, pour un commanditaire externe (Challenge de la veille)

**Mots clés :**

Veille, livrable, conduite d'entretien

UE33I	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M33I07</b>	<b>Gestion d'une photothèque/vidéothèque numérique</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de savoir organiser et gérer une photothèque ou une vidéothèque numérique dans le respect des normes professionnelles</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les méthodes et techniques de recherche d'images Collecter, classer, décrire et conserver les documents iconographiques et/ou sonores. Savoir mettre en ligne des contenus audio, vidéo ou multimédias (<i>podcasts</i>) Connaître les notions juridiques entourant l'usage de l'image et du son (comprenant la négociation/ cession de droits lors de l'achat et/ou vente de documents ou extraits de documents)</p>		
<p><b>Prérequis :</b></p>		
<p><b>Contenus :</b> Acteurs et organismes principaux dans ces domaines Mise en pratique des méthodes documentaires de traitement de l'image fixe/ animée et du son, en intégrant l'utilisation des métadonnées Choix et paramétrage d'un logiciel de gestion documentaire spécifique Diffusion et conservation des documents audiovisuels</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b></p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Photothèque, Vidéothèque</p>		

UE33I	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD
	Information numérique dans les organisations	
M33I08	<b>Archivage numérique</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> En fin de module, les étudiants seront en mesure de comprendre le vocabulaire et les enjeux de l'archivage numérique ainsi que de maîtriser le processus d'archivage dans le respect des règles.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les concepts de base et définitions de l'archivage et de la dématérialisation Connaître le substrat technique de l'information numérique en général Connaître l'environnement législatif, réglementaire et normatif des archives de l'organisation Connaître les formats de métadonnées</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module « Description et structuration de l'information »</p>		
<p><b>Contenus :</b> Étapes de la dématérialisation (numérisation, archivage, intégration, certification). Processus de dématérialisation documentaire : dématérialisation « native », dématérialisation de supports divers. Supports d'archivage électronique. Lois, réglementation et normes de l'archivage électronique. Structuration de l'information et formats de métadonnées (XML-EAD, XML-SEDA, METS, PREMIS...)</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b></p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Archivage numérique, norme, réglementation, métadonnées, numérisation</p>		

UE34I	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 10h TD, 5TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M34I01C</b>	<b>Contextes professionnels spécifiques</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est d'approfondir la connaissance de la variété des milieux professionnels dans lesquels pourra s'insérer l'étudiant : privé/public, différents secteurs et services, domaines de compétences.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaissance des différents types de milieux professionnels potentiels pour l'exercice du métier visé Analyse des contextes d'exercice et compétences attendues Acculturation au domaine visé</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module Etudes des organisations Modules PPP</p>		
<p><b>Contenus :</b> Spécificités des milieux professionnels Métiers et compétences, fiches de postes Réseaux professionnels Rencontres et immersion Perspectives d'évolution du domaine</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport théorique et débats Exercices et études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Milieu professionnel, Spécialisation, Métier, Compétence de spécialité</p>		

UE34I	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 10h TD, 5TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M34I02C</b>	<b>Préparation au stage</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est d'amener l'étudiant à s'inscrire dans une démarche professionnelle pour l'établissement de sa stratégie de stage.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Concrétisation de la réflexion sur le projet personnel et professionnel Maîtrise des techniques de recherche de stage (réponse à une offre/ candidature spontanée) Maîtrise de l'acte de candidature, notamment l'entretien Réflexion sur ce qui constitue le comportement professionnel Analyse et synthèse de l'expérience dans le mémoire/rapport de stage</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Modules Expression - Communication Modules PPP</p>		
<p><b>Contenus :</b> Stratégie de choix du stage Techniques de recherche de stage Préparation spécifique à l'entretien de recrutement Analyse de l'expérience professionnelle et personnelle Établissement du mémoire/rapport : choix de la problématique, angle, rédaction, valorisation.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport théorique et débats Simulations, jeux de rôles et études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Stage, recrutement, entretien de sélection, rapport de stage, mémoire de stage</p>		

UE34I	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 10h TD, 5TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M34I03C</b>	<b>Ouverture culturelle</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de donner à l'étudiant une ouverture sur l'un des contextes culturels dans lesquels il sera susceptible d'exercer ses fonctions.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Capacité d'adaptation à un univers culturel donné Connaissance du vocabulaire et des concepts fondamentaux de cet univers Renforcement de la culture personnelle</p>		
<p><b>Prérequis :</b></p>		
<p><b>Contenus :</b> Exemples : Histoire de l'Art Muséologie Analyse de l'actualité Géopolitique....</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport de connaissances, recherches personnelles ou en équipe, débats.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Culture, art...</p>		

UE34I	Modules complémentaires de consolidation	10h CM, 10h TD, 5TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M34I04C</b>	<b>Développement personnel</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est d'amener l'étudiant à s'inscrire dans une perspective de développement personnel et professionnel tout au long de sa carrière, d'en connaître les enjeux, les possibilités et les méthodes.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Identifier des techniques de développement personnel, gestion du stress et des situations de crise Connaissance des perspectives de développement professionnel Capacité d'analyse de l'expérience et des situations difficiles Capacité d'analyse de l'efficacité au travail</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module Étude des organisations Modules Expression-Communication Modules Gestion de projet</p>		
<p><b>Contenus :</b> Prise de confiance et gestion du stress Analyse de l'expérience personnelle et collective L'évolution de carrière L'apprentissage tout au long de la vie Organisation du travail</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport théorique et débats Exercices et études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Développement professionnel, développement personnel, organisation du travail</p>		

UE43I	Consolidation des méthodes et pratiques	10h CM, 15h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M43I01</b>	<b>Mise en place d'un système d'information</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est d'amener l'étudiant à mettre en œuvre les compétences nécessaires pour concevoir, développer et maintenir un système d'information en cohérence avec les besoins et les attentes et intégrant de façon pertinente les outils, les processus et les acteurs.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les méthodes et outils de conception et de mise en place d'un système de gestion de l'information Être capable de participer ou piloter une politique d'information Situer les principes de l'accompagnement au changement Être capable d'assurer la valorisation du système d'information Inscrire son projet dans une démarche qualité</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Culture de l'information Bases de la communication Économie de l'information Analyse des systèmes d'information</p>		
<p><b>Contenus :</b> Modélisation des systèmes d'information : politiques et projets documentaires Conception et rédaction de cahiers des charges Gestion budgétaire et maîtrise des coûts Articulation, mutualisation, interopérabilité des outils, services et systèmes Mise en place d'une stratégie de communication sur l'offre et les services Techniques d'audit et d'évaluation, processus qualité</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport théorique et méthodologique Études de cas Gestion de projet</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Système d'information ; Stratégie d'entreprise ; Gestion de projet ; Démarche qualité</p>		



UE43I	Consolidation des méthodes et pratiques	15h TD, 20h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M43I02</b>	<b>Projet de veille</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Ce module a pour objectif de placer les étudiants en situation professionnelle, à travers le traitement d'un sujet de veille réelle qui aura été soumis par une entreprise. La mise en compétition des étudiants durant un temps limité permet une émulation et un appel à la réactivité. Cette mise en situation peut se faire dans le cadre du Challenge de la veille, créé en 2000 par l'IUT de Strasbourg et organisé depuis chaque année.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Cerner le sujet de veille Rechercher l'information disponible La synthétiser et la mettre en perspective, afin de fournir au commanditaire la base d'une réflexion stratégique. Formuler des recommandations</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module « Recherche d'informations spécialisées » Module « Veille informationnelle » Module « Prestations de veille »</p>		
<p><b>Contenus :</b> Production en équipe d'une étude de veille en français, assortie d'une synthèse en anglais. Présentation orale devant un jury de professionnels.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Semaine banalisée Le cas échéant, rencontre inter-iut</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Veille, challenge de la veille</p>		

UE43I	Consolidation des méthodes et pratiques	15 TD, 20h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M43I03</b>	<b>Projet éditorial collaboratif</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> En fin de module, les étudiants seront en mesure de gérer la conception ou la refonte d'un site basé sur une équipe de contributeurs.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Gérer un projet de conception ou de refonte d'un site éditorial Définir une ligne éditoriale Définir un circuit de publication Produire et actualiser des contenus par l'intermédiaire d'outils collaboratifs Modérer et animer l'équipe de contributeurs</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module « Conception de sites web » Module « Gestion de projet »</p>		
<p><b>Contenus :</b> Utilisation d'un outil de type CMS Rédaction d'un cahier des charges Définition des rôles et gestion des droits en conséquences Organisation d'un <i>workflow</i> (flux de travail) Définition d'une charte éditoriale</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> TD en salle informatique : exercices pratiques Exploitation d'un outil type WordPress, permettant à la fois de gérer un site traditionnel et de travailler sur de la publication collaborative par l'intermédiaire d'un blog.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Publication collaborative, <i>workflow</i> (flux de travail), système de gestion de contenu, charte éditoriale, gestion de projet</p>		

UE43I	Consolidation des méthodes et pratiques	15h TD, 15h TP
	Information numérique dans les organisations	
M43I04	<b>Projet de dématérialisation</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est d'amener les étudiants à une maîtrise conceptuelle et technique suffisante des différentes procédures de dématérialisation et de valorisation pour les effectuer de manière autonome, ainsi qu'à cerner les enjeux de la numérisation : numériser pour conserver et/ou pour valoriser (accès, diffusion, exploitation...) Les étudiants seront également en mesure d'utiliser un outil de Gestion Electronique de Documents (GED)</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Appliquer les principes archivistiques à la gestion électronique documentaire Participer à un projet de dématérialisation en respectant les étapes et les processus nécessaires et légaux ; Mettre en œuvre un processus de dématérialisation documentaire S'inscrire dans la stratégie de numérisation d'un organisme public ou privé</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module « Archivage numérique » Module « Bases de données documentaires »</p>		
<p><b>Contenus :</b> Problématique et enjeux de la dématérialisation et de la rationalisation des processus documentaires Prise en compte des différents types d'objets documentaires, des paramètres internes. Stratégies de gestion de l'information, du document et de la connaissance dans l'organisation (GED/ ECM [management des contenus de l'entreprise], gestion des connaissances, archivage électronique et <i>record management</i> [gestion des documents d'archives], démarche qualité, ERP [gestion intégrée]) : collecte, traitement, conservation mise à disposition) Approche des processus : <i>workflow</i> (flux de travail), <i>knowledge management</i> (management des connaissances), GED, etc. Management de projet et conduite du changement Méthodologie de pilotage : des spécifications jusqu'à l'intégration</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> GEIDE, GED, dématérialisation, conservation, document numérique</p>		

UE43I	Consolidation des méthodes et pratiques	5h TD, 10h TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M43I05</b>	<b>Référencement web</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de savoir organiser et optimiser le référencement d'un contenu web		
<b>Compétences visées :</b> Connaître les critères du référencement naturel Organiser le référencement naturel d'un contenu web Surveiller et optimiser le positionnement d'un contenu web sur les moteurs de recherche Connaître les principes du référencement commercial et de l'affiliation		
<b>Prérequis :</b>		
<b>Contenus :</b> Référencement web : mesure d'audience, référencement naturel/commercial, méthodes de référencement		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> TD et exercices de référencement de sites web		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Référencement, web		

UE44I	Modules complémentaires de continuation	10h CM, 10h TD, 5TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M44I01C</b>	<b>Pratiques professionnelles spécialisées</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est d'approfondir les techniques professionnelles pour permettre à l'étudiant de développer ses compétences dans le domaine de spécialité auquel il se destine</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaissance des contextes d'exercice Connaissance des outils et méthodes professionnelles spécialisées (domaines, supports spécifiques de l'information, etc.)</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module Étude des organisations Modules Expression-Communication Modules Gestion de projet</p>		
<p><b>Contenus :</b> Contextes d'exercice Activités et tâches spécifiques Objets, outils et méthodes spécialisées Compétences adaptées</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport théorique et débats Exercices et études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Milieu professionnel, spécialisation, outils et techniques</p>		

UE44I	Modules complémentaires de continuation	10h CM, 10h TD, 5TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M44I02C</b>	<b>Recherche d'emploi/ préparation aux concours</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de donner à l'étudiant les moyens, soit de trouver un emploi en rapport avec ses aspirations, soit de réussir à des concours, administratifs ou d'entrée dans des écoles.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Recherche d'emploi : Concrétisation de la réflexion engagée sur le projet personnel et professionnel Identifier des techniques de recherche d'emploi Capacité à se construire une identité professionnelle Préparation aux concours : Stratégie d'inscription, connaissance des modalités ; Identifier les différents types d'épreuves</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Modules Expression - Communication Modules PPP</p>		
<p><b>Contenus :</b> Recherche d'emploi : Ciblage du périmètre de recherche Révision des techniques de recherche d'emploi et préparation aux entretiens Identité professionnelle : construction de son réseau professionnel, construction d'une identité numérique professionnelle Préparation aux concours : Stratégie d'inscription, connaissance des modalités Maîtrise des différents types d'épreuves Organisation personnelle, gestion du temps, gestion du stress</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apports d'informations, recherches et débats Simulations, jeux de rôles et études de cas Préparation au concours : passage d'épreuves tirées des annales de concours.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Recherche d'emploi, concours</p>		

UE44I	Modules complémentaires de continuation	10h CM, 10h TD, 5TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M44I03C</b>	<b>Ouverture interculturelle</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de donner à l'étudiant l'aisance linguistique et culturelle nécessaire pour exercer ses compétences dans un organisme ou un pays non francophone.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaissance du vocabulaire spécifique à l'information numérique dans la langue choisie Capacité d'adaptation à un cadre de travail étranger Capacité de traiter et de diffuser l'information dans la langue choisie</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module « Ouverture culturelle »</p>		
<p><b>Contenus :</b> Notion d'interculturalité Comportements culturels et professionnels spécifiques Langue de spécialité : domaine de l'information numérique dans la langue choisie Production de documents professionnels dans la langue choisie.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apports d'informations, recherches et débats Acquisition de vocabulaire, études de textes, production de documents dans la langue choisie.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Interculturalité, langue de spécialité</p>		

UE44I	Modules complémentaires de consolidation	10h CM, 10h TD, 5TP
	Information numérique dans les organisations	
<b>M44I04C</b>	<b>Développement interpersonnel</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est d'aborder les enjeux du management en entreprise et d'armer l'étudiant pour qu'il puisse participer activement et de façon responsable à la dynamique de groupe, à la gestion d'équipes et à la conduite du changement dans l'organisation.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaissance des enjeux du management en entreprise, de la dynamique de groupe Connaissance avancée des techniques de communication interpersonnelle et de gestion d'équipe Initiation à la conduite du changement et l'accompagnement des équipes</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Module Etude des organisations Modules Expression-Communication Modules Gestion de projet</p>		
<p><b>Contenus :</b> Enjeux du management en entreprise Dynamique de groupe Management d'équipes et conduite du changement Gestion des relations interpersonnelles et des conflits, et gestion de crise Culture professionnelle et d'entreprise</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Apport théorique et débats Exercices et études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Développement professionnel, culture d'entreprise, gestion d'équipe</p>		



**d. Description des modules : option *Journalisme***

UE14J	Déploiement des méthodes et pratiques	40h TP
	Journalisme	
M14J01	<b>Outils du journalisme</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est de former aux principes, méthodes et techniques de la recherche, de la sélection, de la hiérarchisation, de l'organisation de l'information et aux principes de l'écriture objective.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir déterminer la pertinence d'une information au regard de sa valeur intrinsèque et par rapport à une ligne éditoriale. Connaître les usages de rédaction d'une dépêche d'agence, d'une brève, d'une synthèse, d'un compte rendu.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Savoir écrire correctement (respecter l'orthographe et la syntaxe académiques).</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les différents genres journalistiques destinés au traitement d'une information factuelle. La fiabilité des sources, diversification des sources, croisement des informations. L'écriture d'agence et de son mode de classement. Le traitement des faits divers.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Observations et exercices pratiques.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Ecritures journalistiques, techniques de l'information en ligne, réalisations éditoriales</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Sources, information, public, titre</p>		

UE14J	Instauration de méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD
	Journalisme	
M14J02	<b>Droit et connaissance des institutions</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ce module est d'amener les étudiants à appréhender les interactions, rôles, fonctions et compétences des différentes institutions publiques et politiques, nationales comme internationales et à identifier les relations qu'elles entretiennent avec les entreprises de presse.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Situier les réalités institutionnelles et politiques – et leur évolution – à différents niveaux territoriaux (nationaux, infra-nationaux et internationaux) dans le travail de recueil et de traitement de l'information et d'analyse des faits sociaux.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Notions en sciences économiques et sociales.</p>		
<p><b>Contenus :</b> L'Etat français; le principe de souveraineté; le président de la république; le gouvernement; le parlement; les rapports gouvernement/parlement; la décentralisation et la régionalisation, les collectivités locales et territoriales, les traités internationaux; le conseil constitutionnel; l'autorité judiciaire; les institutions communautaires; les institutions politiques; le conseil de l'Union européenne; la commission européenne; le parlement européen; et la Cour Européenne des Droits de l'Homme.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Conférences, cours magistraux, études de cas.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Suivi de l'actualité – Traitement de l'information internationale – Enjeux stratégiques de l'information</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Droit, Institutions, Europe, État, Région, Département-International, CEDH</p>		

UE14J	Instauration de méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD
	Journalisme	
<b>M14J03</b>	<b>Sociologie des médias et du journalisme</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs :</b> En introduisant les bases de la sociologie des médias et du journalisme, il s'agit de permettre à l'étudiant d'une part d'évaluer les logiques des différents acteurs entrant dans le champ de la production de l'information, d'autre part d'appréhender les conditions de sa réception, enfin d'établir les relations entre organisation de la profession et conditions de réception de l'information.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Identifier les pratiques de production journalistiques au regard des principaux cadres et usages sociaux, institutionnels et organisationnels qui les structurent.  Analyser les logiques et relations des acteurs de la sphère journalistique : rapport aux sources, au politique, aux communicants, aux experts, aux autres journalistes.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Connaissance de base en sciences économiques et sociales.</p>		
<p><b>Contenus :</b> L'organisation de la profession Les liens entre les médias et la sphère politique ; les moyens de communication et la propagande ; le concept de culture de masse ; la question de l'opinion publique. Les acteurs des médias : leurs propriétés et positions. Les journalistes et les publics. Les relations aux sources.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Conférences, cours magistraux, études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Analyse critique de l'information – Enjeux stratégiques de l'information</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Pouvoir, politique, opinion publique, propagande</p>		

UE14J	Instauration des méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD
	Journalisme	
<b>M14J04</b>	<b>Histoire des médias et du journalisme</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Il s'agit de permettre à l'étudiant de situer dans le temps les différents médias, leurs contextes d'émergence, leurs processus de transformation afin de comprendre l'évolution des pratiques d'information et du journalisme actuel.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Situer la place des médias dans l'histoire des techniques de communication.  Situer sur un plan historique la spécificité de chaque média (presse quotidienne, presse spécialisée, agence d'informations, radio, télévision, internet) du point de vue de ses pratiques éditoriales et de ses acteurs.  Comprendre comment les médias et le journalisme se transforment (dans leur rapport aux sources, aux publics, aux acteurs de la communication) et quels traits du métier se maintiennent aujourd'hui dans le cadre de numérisation des contenus et des réseaux, et de l'accroissement de la communication.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Baccalauréat ou équivalent</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les grandes étapes de l'émergence des techniques de communication et des médias L'invention et la transformation des pratiques médiatiques (supports) et journalistiques (collecte de l'information, genres éditoriaux, formats) La transformation des outils et processus de collecte et de fabrication de l'information (circulation de l'information, agences, technologies de reportage, rôle des sources et des publics, organisations éditoriales, systèmes de production et de diffusion, convergence numérique) L'émergence et l'évolution du groupe professionnel, la construction de l'identité journalistique, l'évolution du statut, de l'organisation de la profession, de la gestion paritaire du domaine, l'accroissement de la diversité des acteurs qui participent au processus de production de l'information</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Conférences, cours magistraux, études de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Économie des médias Sociologie du journalisme</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Histoire, identité professionnelle des journalistes, transformation du journalisme</p>		

UE14J	Instauration de méthodes et pratiques	20h TD
	Journalisme	
<b>M14J05</b>	<b>Suivi de l'actualité</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est de développer l'appétence de lecture de l'étudiant pour tout type d'information liée à l'actualité, quel que soit le média source et lui permettre ainsi d'intégrer la connaissance de l'actualité dans son travail journalistique</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Développer la consultation et la lecture critique des médias d'actualité. Analyser le suivi des événements à la lumière de savoirs plus généraux.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Culture générale de base.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Lecture et guidance dans la lecture de la presse locale, régionale, nationale et internationale d'actualité. Reformulation, synthèse écrite et/ou orale d'articles ou de série d'articles de manière synchronique ou diachronique.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Lectures individuelles, analyse et synthèse de groupes, exposés oraux</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Analyse critique de l'information</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Lecture, actualité, analyse critique.</p>		

UE24J	Instauration de méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD
	Journalisme	
<b>M24J01</b>	<b>Économie des médias et du journalisme</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> A partir de l'application des modèles économiques aux médias et entreprises de presse, l'objectif du module est de permettre la prise en compte des variables économiques (macro-économiques et d'entreprise) dans la fabrique de l'information.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b></p> <p>Identifier les particularités des entreprises médiatiques (ressources, coûts, marchés). Appréhender les diverses interactions micro et macro-économiques avec les projets éditoriaux. Identifier les modèles économique-éditoriaux à l'œuvre en France et dans le monde.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Notion d'économie générale et d'entreprise niveau Baccalauréat</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les modèles économiques des médias (Internet, presse, radio, télévision). Le système média/ audience/ annonceur/ État. La concentration. Les évolutions dans la consommation des médias. Les équilibres économique-éditoriaux.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Conférences, cours magistraux, étude de cas</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Enjeux stratégiques de l'information</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Économie, publicité, aide de l'État, double marché.</p>		

UE24J	Déploiement des méthodes et pratiques	30h TP
	Journalisme	
<b>M24J02</b>	<b>Écritures journalistiques (presse écrite, web)</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est d'une part de permettre à l'étudiant l'appropriation des principes et modes de l'écriture journalistique et tout particulièrement de la notion d'angle via l'étude en profondeur des différents genres journalistiques. Il est d'autre part de lui permettre d'approcher la technicité et la spécificité des différentes écritures en fonction des formats des articles et des supports convoqués et d'intégrer notamment la prise de note pendant l'interview.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les différents genres journalistiques et les mettre en œuvre pour traiter une information. Identifier les principes de traitement d'une information (décliner localement une actualité nationale, choisir des sujets de reportage, ITW, papiers, etc. au cours d'une conférence de rédaction). Différencier ce qui a trait au traitement de l'actualité et au traitement magazine de l'information. Produire des articles d'information pour la presse et / ou l'internet</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Lecture attentive de la presse écrite quotidienne, régionale et nationale</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les genres journalistiques : Description d'un lieu - Techniques du reportage - L'interview - L'enquête pour un format PQR - Papiers d'anticipation La presse en ligne : blogs, site d'information en ligne, le multisupports, les formats et la structuration de l'information en ligne.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Approche théorique, analyse de contenus journalistiques, exercices pratiques</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Sociologie et enjeux du web - Techniques de l'information en ligne - Réalisations éditoriales</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Genres journalistiques</p>		

UE24J	Déploiement des méthodes et pratiques	30h TP
	Journalisme	
<b>M24J03</b>	<b>Ecritures audiovisuelles (radio et télévision)</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est de permettre à l'étudiant de s'initier aux différentes écritures du journalisme propres aux médias audiovisuels. Il s'agit de lui permettre d'approcher la technicité et la spécificité des différents supports audiovisuels (radio et télévision) et d'intégrer ainsi notamment les outils de l'interview.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les outils techniques de prises de sons, d'images et les logiciels de montage. Gérer un angle pour un reportage radio / TV. Connaître les formes spécifiques du récit radio / TV.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Lecture, écoute et visionnage de productions audiovisuelles.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Radio / TV : reportages, écritures de flashes, de journaux, de reportages, de documentaires, gestion de tranches horaires d'informations  Travail sur la voix, le souffle, le placement du corps et amélioration de l'expression orale  Apprendre à « écrire radio » dans un style parlé avec un vocabulaire simple et accessible et s'initier au commentaire sur images  Appréhension du direct et de l'improvisation  Initiation aux nouveaux modes de consommation radio et télévision (streaming, podcasting)</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Approche théorique, analyse de contenus journalistiques, exercices pratiques</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Réalizations éditoriales</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Ateliers professionnels, télévision, radio</p>		



UE24J	Déploiement des méthodes et pratiques	15h TD
	Journalisme	
<b>M24J04</b>	<b>Gestion des flux d'information</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est de permettre à l'étudiant de s'acculturer aux outils et méthodes de traitement des flux internes et externes d'information. Le secrétariat de rédaction et la mise en page constituent en effet deux composantes fondamentales de la formation de journaliste. Ce sont aussi les incontournables maillons qui mènent au produit fini.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b></p> <p>Connaître le traitement de la copie des acteurs internes du média Valoriser la copie par rapport à une maquette (titrairie, illustration)</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Outils du journalisme, techniques rédactionnelles</p>		
<p><b>Contenus :</b> Organisation d'une rédaction</p> <p>Le secrétariat de rédaction : la copie, son traitement, le code typographique ; la correction ; les évolutions de la mise en page ; la valorisation de l'information, la titrairie, l'illustration.</p> <p>Initiation aux logiciels professionnels de traitement/intégration de l'information</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Observations et exercices pratiques</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Réalizations et conception éditoriale</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Secrétariat de rédaction, code typographique, mise en page</p>		

UE24J	Déploiement des méthodes et pratiques	25h TD
	Journalisme	
<b>M24J05</b>	<b>Analyse critique de l'information</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif est de permettre à l'étudiant d'adopter une posture journalistique en comprenant les enjeux éditoriaux des entreprises de presse.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Juger la pertinence de l'information à partir d'une lecture critique de l'information fondée sur une approche comparative de la presse. Evaluer les différences entre les traitements médiatiques (à l'étranger, à partir de concepts éditoriaux novateurs...)</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Lecture, écoute et visionnage professionnel de la presse Connaissance des chartes spécifiques aux pratiques professionnelles</p>		
<p><b>Contenus :</b> Études comparatives du traitement d'une même actualité par différents titres d'un même support et par différents supports (travail de revue de presse) Travail sur l'éditorialisation d'un titre</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Lectures croisées de la presse écrite et multimédia, écoutes et visionnages de journaux, conférences thématiques, organisation de tables rondes</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Traitement de l'information internationale</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Analyses comparatives, éditorialisation</p>		

UE33J	Prolongement des méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD
M33J01	Journalisme  <b>Déontologie du journalisme</b>	
<p><b>Objectifs du module :</b> Fondé sur la connaissance des chartes et des textes fondamentaux régissant la profession de journaliste, l'objectif du module est de permettre à l'étudiant d'interroger ses propres pratiques professionnelles au regard des règles déontologiques.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître et comprendre les textes qui régulent les pratiques professionnelles Connaître l'environnement législatif des pratiques professionnelles</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Sociologie des médias et du journalisme</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les chartes et textes fondamentaux (Charte de 1918 – Charte de Munich – Déclaration FIJ de 1986) La médiation dans les entreprises de presse en France et à l'étranger L'autorégulation chez les journalistes La liberté d'expression de l'émetteur (liberté d'expression/censure - liberté d'expression/restrictions (injure, diffamation, propos discriminatoires ou négationnistes, atteintes à l'ordre public, atteintes à la vie privée) - liberté d'expression/protection du secret des sources) Les limites de la déontologie par rapport au droit.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Aborder les questions éthiques et déontologiques qui se posent dans les rédactions Confronter les règles aux premières pratiques professionnelles des étudiants Rencontres et débats avec des médiateurs</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Les interlocuteurs du journalisme</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Droit, chartes, règles déontologiques, médiation</p>		

UE33J	Prolongement des méthodes et pratiques	25h CM
	Journalisme	
M33J02	<b>Sociologie et enjeux du web</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif du module est de permettre à l'étudiant de s'interroger sur la place du journaliste dans le débat public à l'heure du web 2.0 et de comprendre les stratégies de réorganisations rédactionnelles dans les entreprises de presse. Il s'agira de lui permettre de prendre conscience du flou entourant les responsabilités et leur mise en œuvre sur Internet en distinguant notamment les règles juridiques de la netiquette. Il s'agira enfin de lui permettre de développer sa culture de l'information (au sens d'<i>information literacy</i>).</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les nouvelles formes de diffusion de l'information. Appréhender des notions comme celles de données de bien commun (<i>commons</i>), archives ouvertes (<i>open archives</i>), données publiques (<i>open datas</i>), participation (<i>open source</i>), data-journalisme, externalisation ouverte (<i>crowdsourcing</i>). Appréhender les notions majeures liées à la gestion de l'information (indexation, métadonnées, taxonomie, ontologie, RDF, API...) et les nouveaux actants (services, outils, acteurs) du web</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Connaissances de l'environnement Internet, gestion de flux d'informations, approche des réseaux sociaux</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les apports du datajournalisme Le contexte juridique d'Internet (l'environnement numérique, les acteurs d'Internet, les problèmes de responsabilité et d'applicabilité de la loi sur Internet). La protection de la liberté d'expression du journaliste sur internet. La protection des droits d'auteurs du journaliste sur internet Les nouvelles formes de journalisme sur Internet Les nouvelles organisations rédactionnelles (support papier [<i>print</i>]/ web, combinaison de médias [<i>crossmedia</i>]) La réglementation applicable aux différents types de sites Internet (institutionnel, blog, réseau social, site personnel).</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours magistraux Analyse de contenus médiatiques multimédias</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Mise en place de projets rédactionnels (complémentarité journalisme, webmestre, infographiste, développeur informatique)</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Multimédia, droit, data-journalisme</p>		

UE33J	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD, 20h TP
	Journalisme	
M33J03	<b>Techniques de l'information en ligne</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Il s'agit de permettre aux étudiants d'appréhender le travail de desk en lien avec les flux d'informations disponibles sur le Web et de comprendre la portée et les limites des apports des outils</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les outils de veille informationnelle (des flux RSS aux agrégateurs et systèmes d'alertes) Identifier l'infomédiation sociale au sein des communautés virtuelles et les lieux de publication autoritative et distribuée (Blogs Wordpress, Wikipédia, sites professionnels participatifs) Appréhender les spécificités des réseaux sociaux et social bookmarking.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Sociologie et enjeux du web</p>		
<p><b>Contenus :</b> Connaissance des nouveaux modèles économiques et éditoriaux de la presse, de leurs enjeux, stratégies et problématiques (gratuité VS accès payant, rapport aux infomédiaires, statut des journalistes face aux contributeurs amateurs) Pratique du webjournalisme et connaissance des acteurs, outils et espaces essentiels de l'information en ligne</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Tour d'horizon des différents espaces de publication sur le web et manipulation des principaux outils du web pour les journalistes, en travaux pratiques.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Découvertes d'outils avancés du webjournalisme, data-journalisme, fouille de données (<i>data-mining</i>) et gestion de l'information</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Veille informationnelle, publication en ligne, infomédiation, réseaux sociaux, flux RSS</p>		

UE33J	Prolongement des méthodes et pratiques	50h TP
	Journalisme	
<b>M33J04</b>	<b>Réalisations éditoriales</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Mettre en œuvre les différentes compétences et connaissances acquises dans le cadre de la réalisation de travaux rédactionnels (savoirs pratiques de recherche et de traitement de l'information).</p>		
<p><b>Compétences visées :</b></p> <p>Amélioration des capacités rédactionnelles : recherche, sélection, rédaction Initiation à l'intégration de la pratique journalistique dans une démarche éditoriale globale Compréhension de la place de chaque maillon de la chaîne de production de l'information Amélioration de la rigueur dans le traitement de l'information</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Connaissance des sources Connaissance de base des écritures journalistiques</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les exercices peuvent porter sur les différentes écritures propres à la radio, à la télévision ou à la presse écrite mais également sur les écritures enrichies caractéristiques du multimédia</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Travaux pratiques en situation aussi proche que possible de la réalité professionnelle</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Réalizations éditoriales multi-supports Semaines d'ateliers professionnels Stage de fin de cycle</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Réalizations, rédaction</p>		

UE33J	Prolongement des méthodes et pratiques	20h TD
	Journalisme	
<b>M33J05</b>	<b>Traitement de l'information internationale</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> A partir d'une approche de la circulation planétaire de l'information, il s'agit de permettre à l'étudiant de prendre conscience des dynamiques de sélection, d'uniformisation et de distinction de l'information.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b></p> <p>Appréhender les enjeux et modalités du traitement de l'information internationale Identifier en retour les spécificités des traitements nationaux de l'information</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Sociologie des médias et du journalisme, économie des médias</p>		
<p><b>Contenus :</b> Connaissance des paysages médiatiques internationaux Connaissance des producteurs de l'information internationale (agence de presse, chaînes d'information en continu, réseaux sociaux, radios internationales) Approche historique critique de la couverture de l'information internationale Lois de proximité : importance de la « glocalisation » de l'information</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Présentation sur le paysage médiatique de différentes régions du monde.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Enjeux stratégiques de l'information</p>		
<p><b>Mots clés :</b> International, glocalisation, mondialisation</p>		

UE33J	Prolongement des méthodes et pratiques	25h TD
	Journalisme	
<b>M33J06</b>	<b>Les interlocuteurs du journalisme</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>          Sous l'étiquette « les interlocuteurs du journalisme », apparaissent les acteurs de la communication qui sont amenés à solliciter les journalistes dans le cadre de leur activité professionnelle ainsi que l'ensemble des acteurs non journalistes de la chaîne de l'information. L'objectif du module est de permettre à l'étudiant de prendre conscience de la prégnance de ces sources spécifiques dans la production de l'information, de situer en conséquence le rôle spécifique du journaliste et de maîtriser les interactions possibles.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Identifier les savoir-faire et usages des acteurs de la communication organisationnelle, culturelle, politique, sociales</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Sociologie des médias et du journalisme, économie des médias</p>		
<p><b>Contenus :</b>          Présentation des différents niveaux structurels des organisations, les niveaux de direction, les espaces de concertations, les institutions représentatives, les pratiques de réseau et de lobbying          Présentation des acteurs (élus, institutions politiques, judiciaires, publiques, privées) sources d'information          Présentation des types de supports et des interactions à partir d'exemples concrets</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          Cours et travaux dirigés ; études et exposés</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          Environnement et organisation du journalisme</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Organisation, communication, acteurs de l'information</p>		



UE33J	Prolongement des méthodes et pratiques	30h TP
	Journalisme	
<b>M33J07</b>	<b>Techniques rédactionnelles</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Ce module permet à l'étudiant de maîtriser les techniques et méthodes complexes de la recherche et de la mise en valeur de l'information.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Mettre en œuvre et maîtriser les genres complexes : le portrait, l'interview, l'enquête Savoir adapter sa production au public et au support. Identifier les angles pertinents</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Techniques rédactionnelles de base</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les fondements culturels des genres (pratiques dans d'autres formations discursives et activités) La préparation, la mise en œuvre, la rédaction L'application des genres en fonction des supports</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Lectures, exercices, travaux pratiques</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Ateliers de réalisation</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Portrait, interview, enquête.</p>		

UE34J	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 10h TD, 10h TP
	Journalisme	
<b>M34J01C</b>	<b>Etudes et techniques d'enquête</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Initier les étudiants aux techniques d'enquête, aux différences entre méthodes quantitatives et qualitatives, les conduire à avoir la distance nécessaire par rapport aux sondages et à leur interprétation</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Acquérir les connaissances théoriques et la maîtrise pratique des outils de l'enquête sociologique, et par là-même un recul critique sur les méthodes de reconstruction de l'opinion (sondages, etc.) Problématiser une démarche de recherche en sciences humaines et sociales Maîtriser des techniques d'entretiens (non directif, semi-directif, focus-group) et la construction d'un questionnaire (types de question, modalités de réponse, biais et formulation) Maîtriser la manipulation d'un logiciel de traitement statistique des données</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Bases en théories de la communication</p>		
<p><b>Contenus :</b> Analyse de la demande, phase exploratoire et pré-enquête Construction des hypothèses Détermination de la population et échantillonnage. Choix du mode d'administration Construction des outils de recueil Recueil sur le terrain Dépouillement codage et traitement des données Interprétation des résultats et rédaction d'un rapport</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours théorique alternant avec sa mise en œuvre pratique, à travers la réalisation d'une enquête du début à la fin aboutissant à un rapport d'enquête retraçant les questionnements, recherches, différentes étapes menées et résultats obtenus.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Genres journalistiques connexes tels que l'enquête, l'interview</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Entretiens, méthodes quantitatives et qualitatives, questionnaires, statistiques</p>		

UE34J	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 10h TD, 20h TP
	Journalisme	
<b>M34J02C</b>	<b>Graphies et images</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Savoir mettre en scène de façon visuelle une information, en ayant recours aux moyens de mise en page, d'illustration (dessin, photographie) et de présentation (infographies)</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Acquérir une culture de la mise en scène visuelle et la transposer dans le domaine du journalisme Maîtriser le processus de production des imprimés Maîtriser les bases de l'infographie dans le cadre de la production d'une maquette Savoir mettre en œuvre des moyens techniques de mise en page Savoir intégrer des photographies dans une mise en page</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Bases informatiques et initiation aux techniques et pratiques (image, son)</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les principes de la mise en page : origines et histoire de la forme imprimée ; typographie et mises en page (imprimées et sur écrans) ; gabarits d'empagement et attributs typographiques Techniques et étapes d'impression ; la chaîne de production et chaîne graphique ; L'intégration numérique : de la rotative à la presse numérique, le prépresse Apprentissage de la mise en page : découverte de l'outil (menus, palettes, préférences, ...) ; notions élémentaires de mise en page, blocs texte et blocs images, formats, filets, lettrines, ... Feuilles de style (paragraphe et caractères), couleurs et détourages, préparation d'un document à l'impression Réalisation et traitement de l'image photographique : préparation et réalisation de reportage, sélection, mise en page de la photographie, traitement des photographies avec un logiciel</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Etude de documents, analyse et exercice pratique Réalisation de documents simples et complexes</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Ateliers de réalisation</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Graphie, photographie, imprimerie, mise en page</p>		

UE34J	Modules complémentaires préliminaires	30h TP
	Journalisme	
<b>M34J03C</b>	<b>Réalisations radio et télévisuelles</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif de ces réalisations est de permettre à l'étudiant de s'exercer à la production d'information en fonction des différents médias, radio et télévision, et des contraintes spécifiques de temps propres à chacun de ces supports.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Analyser des contraintes temporelles propres à chacun des supports Intégration des compétences techniques spécifiques en amont et pendant la diffusion</p>		
<p><b>Prérequis :</b> L'ensemble des compétences acquises en termes de recherche et de traitement de l'information.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Reportage Plan de montage, montage numérique Plateaux en situation, lancement de sujets Placement de la voix et du corps</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Travaux pratiques</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Ateliers de réalisation</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Radio, télévision</p>		

UE43J	Consolidation des méthodes et pratiques	10h CM, 25h TD
	Journalisme	
<b>M43J01</b>	<b>Conception éditoriale</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> L'initiation à la conception éditoriale est un module qui a pour objectif de permettre à l'étudiant d'appréhender les contraintes propres à la création d'un média.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Distinguer les différents genres journalistiques (brève, reportage, encadré, ITW, portrait, tribune, édito, etc.) Acquérir la rigueur dans la réflexion sur la ligne éditoriale en lien avec une analyse en profondeur des publics et des médias Développer la créativité dans l'exploration des différents concepts rédactionnels Maîtriser les compétences rédactionnelles et les pratiques de terrain grâce à un encadrement régulier Maîtriser l'argumentation afin de défendre un sujet, une ligne éditoriale S'initier au management d'une équipe Maîtriser les échéances dans la production de contenus.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Sociologie des médias. Graphies et images. Techniques rédactionnelles.</p>		
<p><b>Contenus :</b> S'exercer sur différents supports, en connaître les exigences. Maîtriser les différents genres journalistiques (brève, reportage, encadré, ITW, portrait, tribune, édito, etc.) Se confronter au travail et aux exigences d'une véritable rédaction journalistique, avec la conception collective d'un projet éditorial (papier, radio, vidéo et web), et sa réalisation concrète de A à Z. Cela inclut la création artistique (graphique, sonore, etc.), la tenue à intervalles réguliers de conférences de rédaction, la réalisation de sujets sur le terrain, la rédaction d'articles, de photos, des prises de son et/ou de vidéos, puis une relecture (ou montage), discussion collective de validation et modifications éventuelles, mise en maquette et envoi à l'imprimeur (pour l'écrit) dans des délais impartis.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Exercice pratique devant prendre en compte l'ensemble des contraintes et tout particulièrement les contraintes temporelles</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Création de médias par les étudiants. Stage de fin d'études</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Création artistique, ligne éditoriale, management d'une équipe, délais, périodicité</p>		

UE43J	Consolidation des méthodes et pratiques	20h CM
	Journalisme	
M43J02	<b>Enjeux stratégiques de l'information</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Ce module couronne l'ensemble du travail effectué pendant quatre semestres de suivi de l'information. Il vise à définir la place de l'information au sein des différents enjeux stratégiques et à permettre à l'étudiant de réfléchir sur le poids des enjeux stratégiques dans la production de l'information et sur l'activité du journaliste dans ce contexte.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Actualisation des compétences encyclopédiques Réflexion sur la déontologie Appropriation des liens entre information et démocratie Analyse critique du rapport des médias aux objets de l'actualité, du rapport aux sources, aux publics (consommateurs/citoyens), aux annonceurs et actionnaires des industries médiatiques, à l'Etat. Analyse de l'agenda et des cadres médiatiques, réflexion sur la traduction discursive des modèles économiques et éditoriaux et sur leurs espaces de renouvellement</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Suivi de l'actualité, analyse critique de l'information, traitement de l'information internationale</p>		
<p><b>Contenus :</b> Appréhender les différents acteurs qui agissent dans le paysage international de l'information : experts, <i>think tanks</i>, firmes de communication, agences de presse etc. et analyser leur impact sur la production de l'information. Etudier des cas de « couvertures » problématiques dans l'histoire du journalisme</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Réflexions théoriques à partir de cas pratiques</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> analyse de discours, approfondissement de la démarche critique sur les discours journalistiques et le traitement de l'actualité ; identification des situations problématiques, des contraintes et stratégies de tous ordres dans les situations de production de l'information.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Discours, sources, agenda médiatiques, influence.</p>		

UE43J	Consolidation des méthodes et pratiques	20h CM
	Journalisme	
<b>M43J03</b>	<b>Environnement et organisation du journalisme</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> L'objectif est de permettre à l'étudiant de comprendre les modalités et moyens des relations de travail dans l'entreprise médiatique et autour d'elle.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Situer les droits des salariés Etre capable de comprendre le paysage syndical dans la société française Mesurer les lieux de relation avec les publics</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Immersion au sein d'une entreprise de presse</p>		
<p><b>Contenus :</b> La fonction « personnel » dans l'entreprise médiatique et la gestion des ressources humaines Le dialogue social, l'expression des employés, les conflits et procédures de négociation Les institutions de représentation des salariés, les organisations syndicales Les espaces d'interaction avec les usagers des médias, associations, forums, débats, courriers</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, étude de documents, conférences</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Formations ultérieures dans le domaine de la gestion des médias</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Ressources humaines, syndicats, usagers</p>		

UE43J	Consolidation des méthodes et pratiques	30h TD, 20h TP
	Journalisme	
<b>M43J04</b>	<b>Traitement de l'information spécialisée</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Il s'agit de permettre à l'étudiant d'appréhender la diversité des modalités de l'information, selon trois axiomes : la proximité, la généralité, la spécialité</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir analyser une offre éditoriale en fonction de son organisation discursive et la mise en scène de son projet Comprendre les enjeux, ressorts et moyens de l'information de proximité par rapport à l'information généraliste Situer les principales spécialités et leurs applications dans les médias (supports spécialisés et rubriques)</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Techniques rédactionnelles, connaissance de l'actualité</p>		
<p><b>Contenus :</b> L'identité éditoriale (organisation énonciative, rubricage, genres) L'organisation des rédactions locales, quotidiennes, magazines. Le rôle de l'information de proximité dans un espace local. Les différentes formes de l'information spécialisée et ses supports Les spécificités des spécialités journalistiques (économie, sport, politique, international, société, culture, sciences, etc.) du point de vue de leur organisation de production, de leurs acteurs (journalistes, experts, correspondants), de leurs contenus, de leurs fonctions.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, lectures spécialisées, conférences.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Formations ultérieures dans un domaine de spécialité</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Identité éditoriale, information spécialisée, information généraliste, information de proximité</p>		



UE44J	Modules complémentaires de continuation	25h TP
	Journalisme	
M44J01C	<b>Atelier de réalisation : presse</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Réalisation de niveau professionnel		
<b>Compétences visées :</b> Savoir mettre en œuvre une production journalistique dans la totalité de ses aspects, jusqu'à sa diffusion		
<b>Prérequis :</b> Tous modules de connaissance des médias et du journalisme, du point de vue culturel, social, économique, pratique		
<b>Contenus :</b> Réalisation en temps réel, en équipe rédactionnelle spécialisée, éventuellement en relation avec d'autres équipes travaillant sur d'autres supports, d'une production dont la qualité est comparable à une production professionnelle.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Travaux pratiques		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage de fin d'études		
<b>Mots clés :</b> Réalisation		

UE44J	Modules complémentaires de continuation	25h TP
	Journalisme	
<b>M44J02C</b>	<b>Atelier de réalisation : radio</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Réalisation de niveau professionnel		
<b>Compétences visées :</b> Savoir mettre en œuvre une production journalistique dans la totalité de ses aspects, jusqu'à sa diffusion		
<b>Prérequis :</b> Tous modules de connaissance des médias et du journalisme, du point de vue culturel, social, économique, pratique		
<b>Contenus :</b> Réalisation en temps réel, en équipe rédactionnelle spécialisée, éventuellement en relation avec d'autres équipes travaillant sur d'autres supports, d'une production dont la qualité est comparable à une production professionnelle.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Travaux pratiques		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage de fin d'études		
<b>Mots clés :</b> Réalisation		

UE44J	Modules complémentaires de continuation	25h TP
	Journalisme	
<b>M44J03C</b>	<b>Atelier de réalisation : télévision</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Réalisation de niveau professionnel		
<b>Compétences visées :</b> Savoir mettre en œuvre une production journalistique dans la totalité de ses aspects, jusqu'à sa diffusion		
<b>Prérequis :</b> Tous modules de connaissance des médias et du journalisme, du point de vue culturel, social, économique, pratique		
<b>Contenus :</b> Réalisation en temps réel, en équipe rédactionnelle spécialisée, éventuellement en relation avec d'autres équipes travaillant sur d'autres supports, d'une production dont la qualité est comparable à une production professionnelle.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Travaux pratiques		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage de fin d'études		
<b>Mots clés :</b> Réalisation		

UE44J	Modules complémentaires de continuation	25h TP
	Journalisme	
<b>M44J04C</b>	<b>Atelier de réalisation : internet</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Réalisation de niveau professionnel		
<b>Compétences visées :</b> Savoir mettre en œuvre une production journalistique dans la totalité de ses aspects, jusqu'à sa diffusion		
<b>Prérequis :</b> Tous modules de connaissance des médias et du journalisme, du point de vue culturel, social, économique, pratique		
<b>Contenus :</b> Réalisation en temps réel, en équipe rédactionnelle spécialisée, éventuellement en relation avec d'autres équipes travaillant sur d'autres supports, d'une production dont la qualité est comparable à une production professionnelle.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Travaux pratiques		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage de fin d'études		
<b>Mots clés :</b> Réalisation		

**e. Description des modules : option *Métiers du livre et du patrimoine***

UE14M	Instauration de méthodes et pratiques	30h CM
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M14M01</b>	<b>Histoire du livre, bibliologie – Histoire de l'art et du patrimoine</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Faire acquérir une culture historique du livre, du papyrus au numérique. Faire connaître les évolutions de la fabrication du livre, de ses métiers et des pratiques de lecture.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Suivre l'évolution du livre et de ses usages en lien avec les grands courants de la pensée et l'histoire des sociétés humaines.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Connaissances en histoire générale.</p>		
<p><b>Contenus :</b> L'apparition et la diffusion de l'écriture. Les manuscrits. L'invention et la diffusion de l'imprimerie. L'évolution de la fabrication du livre. L'histoire des métiers du livre. La censure du livre. La démocratisation du livre à l'époque contemporaine.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> En CM, l'enseignant aborde les différents points listés et les illustre par des documents et des supports audiovisuels.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Politiques culturelles. Sociologie de la culture.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Livre. Histoire. Société. Culture.</p>		

UE14M	Instauration de méthodes et pratiques	10h TD, 20h TP
	Métiers du livre et du patrimoine	
M14M02	<b>Techniques documentaires</b>	semestre 1
<b>Objectifs du module :</b> Faire identifier et utiliser les différents outils de recherche d'information et de traitement du document.		
<b>Compétences visées :</b> Savoir reconnaître un document physiquement et l'appréhender intellectuellement. En extraire le contenu essentiel pour en optimiser la diffusion et l'utilisation. Comprendre en quoi le document participe d'un langage et d'un système.		
<b>Prérequis :</b>		
<b>Contenus :</b> Établir une typologie des différents documents. Analyser un document : définir les concepts, extraire les mots-clés. Appréhender les différents langages documentaires : classifications, thésaurus.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> TD permettant d'aborder des notions de bases. TP de mise en application avec des outils informatiques.		
<b>Prolongements possibles :</b> Indexation et catalogage. Informatique documentaire.		
<b>Mots clés :</b> Typologie des documents. Analyse documentaire. Langage documentaire. Classification. Thésaurus. Mots clés.		

UE14M	Instauration de méthodes et pratiques	40h TP
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M14M03</b>	<b>Outils spécifiques aux différents métiers</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Initiation aux outils professionnels des métiers des bibliothèques/médiathèques, librairies, maisons d'édition et musées/patrimoine.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Apprendre à connaître les outils professionnels (sites web, catalogues, bases de données, etc.), à les utiliser et à les situer dans l'environnement global des métiers du livre et du patrimoine. Être capable d'identifier, d'utiliser et d'analyser les outils professionnels sus-visés.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Bases informatiques.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Pour chacun des quatre domaines, en fonction des spécialités développées, il s'agit de présenter aux étudiants et de commencer à leur faire manipuler les outils qui participent de la professionnalité spécifique des domaines des bibliothèques, librairies, maisons d'édition ou patrimoine.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Il s'agit principalement de travaux pratiques, mais ils peuvent être précédés d'enseignements plus magistraux visant à dresser un panorama critique des outils.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Une partie des outils rencontrés lors de ce premier semestre sera étudiée de façon plus approfondie lors des semestres suivants et du stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Outils professionnels.</p>		

UE24M	Déploiement des méthodes et pratiques	20h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M24M01</b>	<b>Indexation et catalogage</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> Initier les étudiants à la pratique du catalogage et de l'indexation.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Appréhender les différentes normes de catalogage et savoir les utiliser. Savoir mettre en œuvre les principes de l'indexation matière. Savoir utiliser des listes d'autorité matière.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Techniques documentaires.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Présentation des normes de catalogage. Application des normes de catalogage aux livres. Pratique de l'indexation matière selon des listes d'autorité. Présentation et initiation à l'utilisation de RAMEAU.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> TD visant à la présentation des outils et à leur utilisation.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Catalogage d'autres types de documents (publications en série, phonogrammes, vidéogrammes, documents électroniques..). Approfondissement de l'utilisation de RAMEAU. Stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Catalogage. Indexation. Traitement intellectuel du document.</p>		



UE24M	Déploiement des méthodes et pratiques	30h TP
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M24M02</b>	<b>Informatique documentaire</b>	semestre 2

**Objectifs du module :**

Comprendre les principes fondamentaux de l'informatique documentaire et de l'information numérique, ainsi que leurs applications dans les métiers du livre.

**Compétences visées :**

Connaître les principes de création et de fonctionnement des bases de données documentaires, ainsi que leurs évolutions actuelles.

Savoir utiliser les bases de données documentaires (catalogues en ligne, bases d'articles...).

Connaître les principaux modes de numérisation des documents textuels et les grands principes des bibliothèques numériques.

Connaître les applications des technologies web en matière documentaire et leur impact sur les métiers du livre.

**Prérequis :**

Bases informatiques.

Techniques documentaires.

**Contenus :**

Architecture des données : base de données, modèle relationnel.

Catalogues : interface, structure des données.

Document numérique : métadonnées, procédés de numérisation.

Échanges de données : notion d'interopérabilité, diffusion de l'information.

Évolution du web (web 1.0, 2.0, 3.0) et applications en matière documentaire.

**Modalités de mise en œuvre :**

TP avec une partie cours et une partie avec exercices d'application sur ordinateurs.

**Prolongements possibles :**

Informatique et réseaux. Documents électroniques.

**Mots clés :**

Informatique documentaire. Bases de données. Données numériques. Document numérique.

UE24M	Déploiement des méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M24M03</b>	<b>Sociologie de la lecture, pratiques culturelles</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b> Mettre en question les représentations que les étudiants se font de la culture et de la lecture. Fournir aux étudiants des éléments de connaissance et de compréhension des pratiques culturelles et de lecture.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir mettre à distance son rapport spontané à la culture et à la lecture. Connaître l'évolution des pratiques de lecture et des discours qui les ont accompagnées. Identifier les déterminants sociaux qui façonnent les pratiques culturelles et de lecture. Être en mesure d'appliquer des grilles de lecture différente sur les pratiques de lecture.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Bases en sociologie.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Une partie consacrée à l'anthropologie est souhaitable : présentation de l'anthropologie et des définitions de la culture, réflexions sur l'art dans les sociétés traditionnelles. On peut aussi s'intéresser à l'émergence du champ artistique dans les sociétés occidentales. Présentation de l'émergence de la lecture comme pratique à promouvoir, analyse critique du thème de l'illettrisme. Évolution des pratiques de lecture (et des pratiques culturelles) : de l'écrit aux écrans. Usages sociaux de la lecture et variations selon le genre ou l'âge. Lecture et réception ; les pratiques culturelles face à l'individualisation.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours magistraux éventuellement complétés de TD pour des études de cas, des exposés.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Étude des publics.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Lecture. Culture. Sociologie. Représentations.</p>		

UE24M	Déploiement des méthodes et pratiques	30h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
M24M04	<b>Techniques spécifiques aux différents métiers</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b>          Aborder la socio-économie de l'édition française et faire connaître l'organologie des structures éditoriales.          Comprendre la situation de la librairie, sa ou ses définitions, sa place dans la chaîne du livre.          Faire situer les bibliothèques/médiathèques dans leur environnement administratif et juridique.          Aborder les spécificités du patrimoine architectural, écrit et muséal afin de connaître les étapes de la gestion et de la valorisation des collections et/ou des monuments.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Connaître la chaîne du livre et les acteurs dans l'édition.          Connaître l'environnement de la librairie et les principaux actes professionnels des libraires.          Connaître les différents types de bibliothèques/médiathèques, leurs spécificités et leur complémentarité.          Connaître la notion de patrimoine, ses métiers, l'environnement institutionnel et professionnel.</p>		
<p><b>Prérequis :</b></p>		
<p><b>Contenus :</b>          Les acteurs de la chaîne du livre dans l'édition.          L'environnement de la librairie (contexte économique, juridique, commercial et institutionnel) ; approche des actes professionnels du libraire.          Typologie des médiathèques.          Découverte des institutions et des activités du secteur du patrimoine.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          Une partie cours illustrée par des documents.          Travail en groupes.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          PPP. Projet tutoré. Stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Bibliothéconomie. Chaîne du livre. Édition. Institutions. Librairie. Musées. Patrimoine. Relations commerciales.</p>		

UE33M	Prolongement des méthodes et pratiques	30h TP
	Métiers du livre et du patrimoine	
M33M01	<b>Recherches bibliographiques et documentaires</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Savoir chercher des informations et des références à l'aide d'outils professionnels en partant d'un besoin identifié.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir effectuer des recherches d'informations efficaces et pertinentes en utilisant les outils professionnels. Être capable de trouver des références de documents en fonction d'un besoin. Apprendre à repérer les sources d'information. Savoir localiser les documents quels que soient leur nature et leur support.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Initiation à la recherche d'information. Outils spécifiques. Informatique documentaire.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Présentation des ressources professionnelles contenant de l'information (bases de données factuelles, sites officiels...) et utilisation de ces ressources. Présentation des réservoirs de notices et de documents (catalogues, bases de données bibliographiques, bases de données en texte intégral...) et des outils de localisation. Présentation des sources de l'information scientifique et de leur organisation (banques de données, périodiques en ligne, archives ouvertes...) Réalisation de bibliographies en fonction d'un public ciblé. Initiation à la bibliographie spécialisée.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> TP visant à la réalisation de dossiers documentaires, puis de bibliographies thématiques.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Production éditoriale et politique d'acquisition. Techniques spécifiques. Projet tutoré. Stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Recherche d'informations. Bibliographie. Produits documentaires.</p>		

UE33M	Prolongement des méthodes et pratiques	15h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
M33M02	<b>Économie des biens culturels</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Faire connaître les spécificités économiques des biens culturels.		
<b>Compétences visées :</b> Appréhender la notion de bien culturel. Comprendre la réalité de ces biens dans leurs spécificités économiques.		
<b>Prérequis :</b> Économie générale.		
<b>Contenus :</b> La notion de bien culturel, entre bien privé et bien public. Panorama et typologie des industries culturelles. L'exception culturelle en débat.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Travail individuel et collectif sur des documents.		
<b>Prolongements possibles :</b> Politiques culturelles. Droit de la propriété intellectuelle.		
<b>Mots clés :</b> Économie de la culture. Industries culturelles.		

UE33M	Prolongement des méthodes et pratiques	20h CM,
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M33M03</b>	<b>Droit de la propriété littéraire et artistique</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Faire connaître les règles qui régissent la protection et l'exploitation des œuvres de l'esprit.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir anticiper et respecter les contraintes liées au droit d'auteur et aux droits voisins.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Principes du droit.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les droits moraux et patrimoniaux des auteurs. L'exploitation des droits. Les droits voisins du droit d'auteur. Les licences légales. Les sanctions relatives au non-respect des droits de la propriété littéraire et artistique.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours avec illustrations de cas concrets.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Projet tutoré. Stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Droit d'auteur. Œuvres de l'esprit. Droits voisins.</p>		

UE33M	Prolongement des méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M33M04</b>	<b>Étude des publics, animation et communication</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Selon les spécialités déclinées (bibliothèque, librairie, édition, patrimoine) au sein de l'option MLP, il s'agit de connaître les publics (ou clients) de ces lieux du document et de sensibiliser les étudiants à l'importance de la prise en compte des populations dans la définition des services qu'on leur propose.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir distinguer publics réels et publics potentiels, usagers physiques ou à distance, etc. Connaître les publics, leurs attentes et leurs pratiques. Penser le lien entre l'offre de services et de collections et les publics.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Sociologie. Sociologie de la lecture. Stage.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Question des publics et définitions de cette notion. Variations et inégalités sociales dans la fréquentation des lieux du document. Questionnement des choix faits dans la proposition des services (y compris des collections) du point de vue des publics. Réflexion sur les modalités pertinentes de communication à destination des publics.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours magistraux éventuellement complétés de TD pour des études de cas, des exposés. On peut aussi inviter les étudiants à interroger un lieu de stage du point de vue des publics réels et potentiels.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> La mission et le mémoire de stage du S4 peuvent être l'occasion de mettre en œuvre une réflexion présentée dans le cadre de ce module.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Fréquentation. Publics. Usages. Services.</p>		

UE33M	Prolongement des méthodes et pratiques	30h TP
M33M05	<b>Logiciels de gestion spécifiques</b>	
<p><b>Objectifs du module :</b> Faire travailler sur les logiciels professionnels dans chacun des métiers. Susciter la réflexion sur l'utilisation de ces logiciels dans les organisations concernées.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir utiliser les logiciels professionnels. Savoir analyser les enjeux du marché de ces logiciels pour les organisations concernées. Savoir mettre en œuvre une étude comparée de ces logiciels. Appréhender la notion de cahier des charges dans le cadre d'un projet d'informatisation ou de ré-informatisation.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Bases informatiques. Informatique documentaire.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Typologie de ces logiciels. Les différentes fonctionnalités. Analyse de l'offre logicielle. Étude comparative des différents logiciels présents sur le marché. Lecture et esquisse de cahiers des charges.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> TP à partir des différents logiciels utilisés dans les organisations concernées.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Projet tutoré. Stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Logiciels documentaires. SIGB. Cahier des charges. Plan d'informatisation. Analyse comparative.</p>		



UE33M	Prolongement des méthodes et pratiques	30h CM
M33M06	<b>Organisation politique et administrative – Politiques culturelles</b>	
<p><b>Objectifs du module :</b> Aborder l'histoire et l'actualité du contexte administratif et la politique des biens culturels. Saisir le sens et l'origine des règles qui organisent le champ culturel en France.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Comprendre comment les politiques culturelles s'inscrivent dans le contexte administratif et politique. Identifier les constituants et les acteurs des politiques culturelles en France. Mesurer le poids du contexte social, économique et politique dans l'inflexion des politiques culturelles. Définir les relations entre les différents acteurs qui participent à la mise en œuvre des choix publics. Déterminer la part des innovations et des permanences dans une politique culturelle.</p>		
<p><b>Prérequis :</b></p>		
<p><b>Contenus :</b> Histoire des politiques culturelles en France depuis la Révolution. Étude de la mise en place du ministère des Affaires culturelles en 1958/1959, puis de son évolution. Étude des choix politiques nationaux en matière culturelle et de leur traduction dans une administration publique chargée de leur mise en œuvre. Étude des mutations de l'action publique culturelle en relation avec les contextes sociaux, économiques et politiques.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours illustrés par des documents écrits et audio-visuels.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Sociologie de la lecture. Économie des biens culturels. Projet tutoré.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Politiques culturelles. Organisation politique. Administration publique. Décentralisation. Déconcentration.</p>		

UE33M	Prolongement des méthodes et pratiques	30h TP
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M33M07</b>	<b>Publication assistée par ordinateur</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Donner des bases de culture graphique dans le domaine de l'édition. Fournir une approche précise du prépresse, de la typographie, de la mise en page, du traitement des images et de la photogravure, de la chaîne graphique, du concept éditorial jusqu'au livre imprimé.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Acquérir une approche maîtrisée des outils logiciels de mise en page et de traitement d'image. Savoir faire une correction chromatique d'une image, un petit montage de photos, réaliser une maquette simple en respectant des règles graphiques élémentaires, intégrer des corrections ortho-typo dans une maquette, utiliser les feuilles de style de paragraphe et de caractères.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Connaissance de base de l'utilisation d'un ordinateur, architecture OS Mac préférée.</p>		
<p><b>Contenus :</b> La lumière, composition, synthèse additive et synthèse soustractive. La quadrichromie. Interface, gestion de l'affichage et des outils. Profils colorimétriques et résolution d'image. Corrections chromatiques, filtres et formats d'enregistrement. Détourage, sélections, calques, masques et traitement de texte. Typographie, (anatomie de la lettre, style, classification Vox-Atypi, composition). Procédés d'impression (quadrichromie, ton direct, trame, <i>offset</i>). Façonnage (papier, formats, imposition, pliage, cahier, reliure). Interface, blocs, contenant/contenu. Texte police, style, composition, lettrine, retraits chaînage. Images, import, habillage, palette couleur. Grille, styles, hiérarchiser, gabarit et folios. Calques, impression, fonds perdus, PDF et organisation des dossiers.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours avec projection de diapos. Salle équipée d'un vidéo-projecteur et d'un poste par étudiant. Exercices appliqués sur des cas concrets. Affichette, carte de visite, double page livre d'art, jaquette et 4<sup>e</sup> de couverture.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Projet tutoré. Mémoire de stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Prépresse. PAO. Maquette. Photogravure. Logiciels d'image</p>		

UE33M	Prolongement des méthodes et pratiques	50h TD, 30h TP
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M33M08</b>	<b>Techniques spécifiques aux différents métiers</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>          Connaître le panorama de l'édition française.          Acquérir les bases techniques du métier de libraire.          Découvrir les fonds spécifiques des bibliothèques.          Connaître et mettre en pratique les techniques liées au patrimoine muséal, architectural et écrit.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Savoir situer l'édition française en Europe et sur le marché mondial ; comprendre les caractéristiques du marché du livre en France ; connaître la diversité des différents secteurs éditoriaux.          Comprendre les cycles économiques de la librairie ; maîtriser les conditions juridiques de la vente du livre et les techniques d'achat.          Développer et actualiser les fonds spécifiques en bibliothèque (littérature jeunesse, musique, DVD...).          Connaître les outils de gestion du patrimoine ; identifier les spécificités des publics.</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Techniques spécifiques du S2.</p>		
<p><b>Contenus :</b>          Présentation de la production éditoriale et des différents secteurs éditoriaux ; état des lieux et perspectives de l'édition numérique.          La loi relative au prix du livre et ses applications ; les actes de gestion quotidienne en librairie (achats, ventes et retours...)          L'organisation des ressources numériques, des fonds sonores et vidéo dans les bibliothèques ; la littérature pour la jeunesse.          Présentation des techniques des métiers du patrimoine.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          Mise en situation.          Visite de sites.          Travail en groupes et individuel.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          PPP. Projet tutoré. Stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Achat. Bibliothèques. Fonds spécifiques. Gestion. Librairie. Marché éditorial. Panorama de l'édition. Partenariat. Patrimoine. Secteurs éditoriaux. Vente.</p>		

UE34M	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 15h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M34M01C</b>	<b>Sensibilisation aux métiers</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Repérer et comprendre les différentes facettes des métiers du livre et du patrimoine.		
<b>Compétences visées :</b> Connaître les métiers du livre et du patrimoine dans toute leur diversité (emplois, statuts). Connaître les différents concours de la fonction publique d'État et de la fonction publique territoriale. Être capable d'appréhender les conséquences du numérique sur l'évolution des métiers.		
<b>Prérequis :</b>		
<b>Contenus :</b> Connaissance des milieux professionnels. Appréhender la place du numérique.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, conférences, études de cas.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Concours . Statuts professionnels. Numérique.		

UE34M	Modules complémentaires préliminaires	25h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M34M02C</b>	<b>Maîtrise professionnelle de l'écrit</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Maîtriser l'écrit pour faire face aux situations professionnelles et aux concours.		
<b>Compétences visées :</b> Maîtriser les techniques d'expression écrite dans le domaine professionnel.		
<b>Prérequis :</b> Techniques d'expression écrite (S1 et S2)		
<b>Contenus :</b> Écrits professionnels : argumentaires, notes de lecture, quatrièmes de couverture, notices « coups de cœur », brochures d'information au public. Entraînement aux épreuves écrites de concours, note de synthèse.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Exercices individuels et de groupes.		
<b>Prolongements possibles :</b> Techniques spécifiques.		
<b>Mots clés :</b> Écrits professionnels. Note de synthèse.		

UE34M	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 15h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M34M03C</b>	<b>Communication interculturelle</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>  Appréhender la diversité sociale et culturelle.  Savoir repérer et utiliser les codes culturels propres aux différents pays.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Savoir fournir des supports de communication qui prennent en compte la diversité culturelle.</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Sociologie de la lecture, pratiques culturelles.  Étude des publics, animation et communication.</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Connaissance des publics.  Langue(s) vivante(s) appliquée(s) aux métiers.  Cultures et sociétés étrangères.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Cours, études de cas, travaux de groupes.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>  Projet tutoré. Stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b>  Communication. Publics.</p>		

UE34M	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 15h TD
<b>M34M04C</b>	<b>Culture générale et connaissance des fonds</b>	
<p><b>Objectifs du module :</b> Savoir maîtriser la diversité des productions éditoriales et artistiques. Savoir se repérer dans les différentes composantes de l'histoire des sociétés.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Connaître les fonds spécifiques dans le domaine des livres et dans celui du patrimoine. Être capable de mettre en place une politique d'assortiment en librairie.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Approfondissement en sciences humaines et sociales. Culture générale et humanités. Production éditoriale.</p>		
<p><b>Contenus :</b> Fonds spécifiques (ex. : littérature jeunesse). Politique d'assortiment. Politique documentaire.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, travaux de groupes.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Projet tutoré. Stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Fonds spécifiques. Politique d'assortiment.</p>		

UE43M	Consolidation des méthodes et pratiques	10h CM, 20h TP
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M43M01</b>	<b>Ateliers</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Assurer une synergie des enseignements en faisant appel aux connaissances acquises dans les différents modules de formation.		
<b>Compétences visées :</b> Être capable de fournir des prestations adaptées à un besoin. Être capable de réagir professionnellement en situation réelle.		
<b>Prérequis :</b>		
<b>Contenus :</b>		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours de présentations et TP d'exercices pratiques.		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage.		
<b>Mots clés :</b> Mise en situation professionnelle.		



UE43M	Consolidation des méthodes et pratiques	30h TP
	Métiers du livre et du patrimoine	
M43M02	<b>Documents électroniques</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b>  Situer les documents électroniques dans leur contexte socio-économique  Se repérer dans l'offre des outils de lecture électronique et leur évolutions.  Permettre d'identifier les types de documents électroniques et les traiter.  Initier à un langage de gestion de données numériques évoluant sur le réseau internet.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Connaître les méthodes de traitement des documents sur support particulier (image, son, multimédia).  Savoir exploiter les principaux fondements de la norme et du langage XML (eXtensible Markup Language) pour traiter une base de données sur support électronique afin d'en extraire et produire des contenus sous formes électroniques.</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Réseaux. Informatique documentaire.</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Le document numérique : présentation.  Politique documentaire et gestion des documents électroniques en bibliothèque.  Les services documentaires : les bibliothèques numériques (Gallica, LOC, Athi Trust, etc.), les entrepôts (Google books), les portails de publications numériques et numérisées (Carel, Persée, Revues.org).  Les services d'agrégation, de syndication et de distribution dans un environnement ouvert (OAI, RSS), dans un environnement propriétaire BtoB (bases de données, abonnement en bouquets, etc.), dans un environnement commercial BtoC (distribution et librairie, l'enjeu des supports de lecture et des formats).  Les liens hypertextes et les réseaux documentaires.  Les principales instructions de traitement.  Le document XML : règles de syntaxe, prologue, feuille de style XSL.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Travaux d'approches et exercices pratiques ayant comme support des exemples de bases de données et leurs traitements.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>  PPP. Mise en ligne d'une base de données en XML et son traitement.</p>		
<p><b>Mots clés :</b>  Document numérique. Fichiers. Formats. Base de données. XML.</p>		

UE43M	Consolidation des méthodes et pratiques	30h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
M43M03	<b>Note de synthèse</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Savoir rédiger une note de synthèse.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Savoir distinguer et classer les différents types de documents. Savoir repérer la problématique qui leur est commune. Comprendre leur contenu et savoir repérer les idées essentielles. Savoir confronter méthodiquement les documents afin d'organiser une réflexion à partir des idées relevées. Savoir restituer objectivement les idées en les confrontant intelligemment. Maîtriser l'expression écrite (correction et concision). Savoir gérer le travail en temps limité.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Compréhension, restitution et contraction de texte (exercice préalable de résumé). Savoir organiser une réflexion (maîtrise de la technique de la dissertation).</p>		
<p><b>Contenus :</b> Description de l'exercice avec présentation de sujets provenant de différents concours, notamment les concours de bibliothécaires. Proposition de plusieurs méthodes afin que l'étudiant puisse choisir celle qui lui convienne le mieux. Étude de dossiers de synthèse de difficulté croissante : exercices de niveau bac+2 avec éventuellement contact avec des sujets de concours de catégorie A. Mise en relation avec des pratiques professionnelles : rédaction de documents pour développer des partenariats et communiquer avec les réseaux culturels de proximité pour la politique d'animation en librairie ; en bibliothèque, rédaction de documents pour développer les partenariats et inscrire l'action des bibliothèques dans les politiques de tutelles.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Travail en TD essentiellement avec épreuves en temps limité, la maîtrise du temps étant essentielle.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Concours. Poursuite d'études. Rédaction de documents professionnels.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Note de synthèse. Expression écrite. Préparation concours.</p>		

UE43M	Consolidation des méthodes et pratiques	30h CM,
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M43M04</b>	<b>Production éditoriale et politique d'acquisition</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b>          Développer des capacités d'analyse et de synthèse d'une production éditoriale et d'une politique d'acquisition quelle que soit la place de médiateur occupée dans la chaîne du livre (éditeur, représentant, libraire, bibliothécaire, documentaliste, centre de ressources, métiers de la communication...).</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Analyser les enjeux éditoriaux de la chaîne du livre.          Assimiler les concepts de ligne et d'identité éditoriale.          Construire et maîtriser un argumentaire éditorial.          Être capable d'établir une politique d'acquisition pérenne et en adéquation avec les publics et les acteurs de la chaîne du livre.</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Techniques spécifiques aux différents métiers (S2 et S3).</p>		
<p><b>Contenus :</b>          Parce qu'il contient l'ensemble des données techniques et qualitatives d'une production éditoriale, l'argumentaire éditorial est un support de communication normé qui se trouve au centre de toutes les politiques d'acquisition. En analyser le contenu peut permettre d'aborder toutes les phases (de la conception à la réalisation) d'une production éditoriale et de convoquer un ensemble de savoir-faire transversaux abordés aux cours des semestres antérieurs et d'en user pour en conforter les acquis.          Il s'agit de confronter l'étudiant à l'étude de toutes les rubriques qui composent un argumentaire et aux façons de les renseigner. De la conception à la composition, jusqu'à la réalisation, il s'agit de questionner le processus dont découle l'information.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          L'étudiant doit être amené à comprendre et/ou concevoir une ligne éditoriale, et ses implications économiques.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          PPP. Module complémentaire.</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Politique éditoriale. Chaîne du livre. Argumentaire éditorial. Vente. Acquisition.</p>		

UE43M	Consolidation des méthodes et pratiques	30h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M43M05</b>	<b>Techniques spécifiques aux différents métiers</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b>          Acquérir un regard critique et constructif sur la forme des produits éditoriaux.          Approfondir les techniques du métier de libraire.          Connaître les fonds spécifiques des bibliothèques, connaître les partenariats.          Approfondir les techniques liées au patrimoine muséal, architectural et écrit.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Connaître la chaîne graphique et savoir analyser le graphisme d'un produit éditorial.          Bien connaître la gestion et les techniques commerciales, les tâches quotidiennes du libraire ; connaître les principaux partenariats locaux à établir.          Développer et actualiser des fonds spécifiques en bibliothèque ; construire des partenariats dans le cadre territorial.          Savoir utiliser les outils de gestion des institutions patrimoniales ; être capable de répondre aux demandes des publics et mettre en œuvre une politique d'animation.</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Techniques spécifiques (S2 et S3).</p>		
<p><b>Contenus :</b>          La chaîne graphique. Analyse de produits éditoriaux. Les types de maquettes.          Logiciels de gestion en librairie ; relations avec la clientèle ; types de partenariat.          Partenaires et institutions de la vie littéraire et culturelle.          Étude de documents professionnels.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          Mise en situation.          Visite de sites.          Travail en groupes et individuel.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          Projet tutoré. Stage.</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Animation. Conservation. Gestion. Graphisme. Partenariat. Patrimoine. Techniques de vente.</p>		

UE44M	Modules complémentaires de continuation	5h CM, 20h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M44M01C</b>	<b>Médiation et communication</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Être capable d'analyser une situation de communication et de mettre en place des outils de médiation adaptés.		
<b>Compétences visées :</b> Mettre en place une politique de médiation et de communication.		
<b>Prérequis :</b> Expression orale. Étude des publics. Outils spécifiques.		
<b>Contenus :</b> Animation. Médiation culturelle. Communication médias et hors-médias.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, travaux de groupes.		
<b>Prolongements possibles :</b> Projet tutoré. Stage.		
<b>Mots clés :</b> Animation. Communication. Médiation culturelle.		

UE44M	Modules complémentaires de continuation	5h CM, 20h TD
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M44M02C</b>	<b>Commerce et gestion des biens et services culturels</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Être capable de gérer et de mettre en forme pour la vente des biens et des services culturels.		
<b>Compétences visées :</b> Savoir utiliser les techniques de vente et d'accueil des publics.		
<b>Prérequis :</b> Techniques spécifiques.		
<b>Contenus :</b> Accueil des publics. Techniques de vente. Gestion. Merchandising et conception de vitrines.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, travaux de groupe.		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage.		
<b>Mots clés :</b> Techniques de vente. Accueil. Gestion.		

UE44M	Modules complémentaires de continuation	5h CM, 20h TD
<b>M44M03C</b>	<b>Outils d'insertion et préparation aux concours</b>	
<b>Objectifs du module :</b> Se préparer aux concours nécessaires à l'insertion.		
<b>Compétences visées :</b> Être préparé à passer les concours. Savoir mettre en valeur ses compétences.		
<b>Prérequis :</b> Techniques d'expression écrite et orale. Maîtrise des logiciels de mise en page.		
<b>Contenus :</b> Rédaction de CV et de lettres de motivation. Préparation aux entretiens oraux. Préparation approfondie aux concours de la fonction publique d'État et de la fonction publique territoriale. Notes techniques.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Exercices individuels.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Concours. Candidatures.		

UE44M	Modules complémentaires de continuation	15h TD, 10h TP
	Métiers du livre et du patrimoine	
<b>M44M04C</b>	<b>Techniques spécifiques</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Approfondir une ou plusieurs techniques.		
<b>Compétences visées :</b> Approfondir et renforcer une ou plusieurs techniques.		
<b>Prérequis :</b> Techniques spécifiques.		
<b>Contenus :</b> Techniques d'indexation et de catalogage. Logiciels spécifiques aux différents métiers. Numérique.		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Cours, exercices.		
<b>Prolongements possibles :</b> Stage.		
<b>Mots clés :</b> Techniques métiers.		



## f. Description des modules : option *Publicité*

UE14P	Instauration de méthodes et pratiques	25h CM, 15h TD
	Publicité	
<b>M14P01</b>	<b>Marketing fondamental</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b>          Acquérir les concepts-clés et le vocabulaire du marketing          Acquérir un état d'esprit et la démarche marketing          S'initier au diagnostic marketing</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Analyser un marché et son environnement          Connaître les valeurs et le territoire d'une marque          Poser un diagnostic (situation, marché, positionnement...)          Connaître les valeurs et le territoire d'une marque</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Aucun</p>		
<p><b>Contenus :</b>          L'émergence et les définitions du marketing          Le marché et l'environnement de l'entreprise          Le comportement d'achat du consommateur          La segmentation des marchés          Le positionnement          Les fonctions et le territoire d'une marque          La gestion de la marque : extension, diversification, portefeuille...          Le capital image et les actifs d'une marque</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques.          Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>          Les autres enseignements de marketing (Techniques d'enquêtes, Stratégie marketing) ainsi que les modules de communication (Communication médias, Marketing direct &amp; Relation client, Marketing expérientiel, Communication hors média, Webmarketing)</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Démarche marketing, état d'esprit marketing, analyse de marché, comportement du consommateur, positionnement, segmentation, ciblage, positionnement, typologie</p>		

UE14P	Instauration de méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD
	Publicité	
<b>M14P02</b>	<b>Stratégie de communication</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Apprendre les méthodologies de la stratégie de communication</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Identifier un contexte, le besoin de l'annonceur Faire une analyse de l'existant en terme d'image et de communication produit Poser un diagnostic (situation, marché, positionnement...)</p>		
<p><b>Prérequis :</b></p>		
<p><b>Contenus :</b> Les fondements de la communication : objectifs, processus, cibles, classification, lien avec le marketing, positionnement Analyse de la situation et diagnostic Choix du positionnement Choix des objectifs Choix des cibles Elaboration du message Choix et planification des moyens Présentation du budget Moyens de contrôle</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques et la méthodologie. Les séances de TD permettent des applications concrètes.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Les autres enseignements de marketing (Techniques d'enquêtes, Stratégie marketing) ainsi que les modules de communication (Communication médias, Marketing direct &amp; Relation client, Marketing expérientiel, Communication hors média, Webmarketing)</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Diagnostic, positionnement, cible, objectifs, message, moyens, budget, contrôle</p>		

UE14P	Instauration de méthodes et pratiques	10h TD
	Publicité	
M14P03	<b>Créativité</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Comprendre les ressorts de la créativité. Apprendre à mobiliser les ressources spécifiques à la créativité.</p>		
<p><b>Compétences visées</b> Développer sa créativité</p>		
<p><b>Prérequis</b> Aucun.</p>		
<p><b>Contenus</b> Le fonctionnement de la créativité La recherche des idées Les méthodes de créativité Les exercices pour stimuler sa créativité</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre</b>  Les séances de TD permettent des applications concrètes sous la forme d'exercices.</p>		
<p><b>Prolongements possibles</b> Communication visuelle, Conception-rédaction, Création publicitaire, Atelier créatif</p>		
<p><b>Mots clés</b> Créativité, idées, imagination, conceptualisation, remue-méninges (<i>brainstorming</i>)</p>		

UE14P	Instauration de méthodes et pratiques	20h TD, 10h TP
	Publicité	
<b>M14P04</b>	<b>Communication visuelle</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b>          Comprendre les enjeux stratégiques de la communication visuelle.          Maîtriser des moyens théoriques, techniques et pratiques pour donner une forme et du sens à une idée.          Comprendre les qualités expressives de la lettre.          Maîtriser le traitement graphique de l'image.</p>		
<p><b>Compétences visées</b>          Connaître les codes de communication et leur sens (typographie, couleurs, sémiologie de l'image fixe ou animée...)          Connaître la sémiologie.          Utiliser les ressources du stylisme (<i>design</i>), du conditionnement et de l'emballage (<i>packaging</i>), de l'aménagement d'espace.</p>		
<p><b>Prérequis</b></p>		
<p><b>Contenus</b>          Histoire de caractère          Voir la typographie          Typographie et mise en page          Le sens véhiculé          L'idée au signe          La perception de la forme          La perception de la couleur          La perception de l'espace          La perception des images</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre</b>          Le module se compose de séances de TD qui permettent des applications concrètes et des études de cas.          Les séances de TP permettent d'acquérir les bases du traitement de l'image et du texte en salle informatique.</p>		
<p><b>Prolongements possibles</b> Création publicitaire 1, PAO, Création publicitaire 2, Atelier créatif</p>		
<p><b>Mots clés</b>          Communication visuelle, Typographie, Mise en pages</p>		

UE14P	Instauration de méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD, 10h TP
	Publicité	
<b>M14P05</b>	<b>TIC et Médias Sociaux</b>	semestre 1
<p><b>Objectifs du module :</b> Apprendre les principales techniques pour traiter et transmettre des informations par l'utilisation de l'informatique, des réseaux et des médias sociaux. Utiliser ces techniques dans une optique de communication, d'échange et de partage.</p>		
<p><b>Compétences visées</b> Animer un blog ou une page sur un réseau social Connaître les principales techniques de production numérique</p>		
<p><b>Prérequis</b> Aucun.</p>		
<p><b>Contenus</b> Les TIC : Le web, le web 2.0 Les blogs professionnels Les médias numériques L'e-publicité Les réseaux sociaux : les réseaux sociaux généralistes les réseaux sociaux professionnels</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre</b> Le module se compose de séances de TD qui permettent des applications concrètes et des études de cas. Les séances de TP permettent d'acquérir les bases d'administration de réseaux sociaux et d'un blog.</p>		
<p><b>Prolongements possibles</b></p>		
<p><b>Mots clés</b> Médias sociaux, Réseaux sociaux, Technologies de l'Information et de la Communication, TIC</p>		

UE24P	Déploiement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD
	Publicité	
<b>M24P01</b>	<b>Communication médias</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Connaître les médias		
<b>Compétences visées :</b> Sélectionner les moyens médias appropriés Elaborer un plan média Répartir les budgets (création, fabrication, achat d'espaces...) Sélectionner les projets de campagne Soumettre à la validation interne et des commanditaires Evaluer la campagne et mettre en place des actions correctives		
<b>Prérequis :</b> Aucun		
<b>Contenus :</b> Les intervenants de la communication média (annonceurs, agences, centrales, régies, médias et organismes de contrôle, d'études et de recherche) Les différents médias et leurs spécificités L'analyse de la campagne quantitative et qualitative (puissance, économie, affinité, audience, couverture, répétition, fréquence, ODV/ODE, CPM, GRP, couverture mémorielle et $\beta$ de Morgenstern) La réglementation (en lien avec les enseignements de droit)		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques. Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas.		
<b>Prolongements possibles :</b> Les autres enseignements de communication (Marketing direct & Relation client, Marketing expérientiel, Communication hors média, Webmarketing, Stratégie de Communication)		
<b>Mots clés :</b> Médias, communication, audience, affinité, couverture, répétition, fréquence, puissance, Morgenstern		

UE24P	Déploiement des méthodes et pratiques	25h CM, 10h TD
	Publicité	
<b>M24P02</b>	<b>Communication hors médias, marketing alternatif</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module :</b> Connaître les techniques hors-médias et leurs nouvelles applications		
<b>Compétences visées :</b> Sélectionner les moyens hors médias appropriés Elaborer un plan hors média Répartir les budgets (création, fabrication, achat d'espaces...) Sélectionner les projets de campagne Soumettre à la validation interne et des commanditaires Evaluer la campagne et mettre en place des actions correctives Réaliser la promotion des ventes Appréhender le marketing alternatif (marketing sensoriel, street marketing...) Concevoir des actions événementielles, de relations publiques et presse		
<b>Prérequis :</b> Aucun		
<b>Contenus :</b> Le hors média Les objectifs Le poids du hors-médias Les différentes techniques (promotion des ventes, relations publiques et presse, événementiel, foires et salons, mécénat et parrainage [ <i>sponsoring</i> ]) Les nouvelles techniques de marketing hors média (marketing d'influence, street marketing, guérilla marketing, advergames) Le marketing expérientiel (techniques de merchandising physique et virtuel et marketing sensoriel) La réglementation (en lien avec les enseignements de droit)		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques. Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas.		
<b>Prolongements possibles :</b> Les autres enseignements de communication (Marketing direct & Relation client, Webmarketing, Stratégie de communication)		
<b>Mots clés :</b> Promotion des ventes, relations publiques, foires et salons, mécénat et parrainage ( <i>sponsoring</i> ), marketing d'influence, marketing de rue ( <i>street marketing</i> ), « guérilla marketing », jeu vidéo publicitaire ( <i>advergames</i> ), marketing sensoriel, merchandising.		

UE24P	Déploiement des méthodes et pratiques	20h TD, 10h TP
	Publicité	
<b>M24P03</b>	<b>Création publicitaire niv.1</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b>  S'initier aux stratégies techniques et aux méthodes de création publicitaire  Assimiler la dialectique des moyens d'expression  Favoriser la capacité à mettre en œuvre les codes d'expression  Mises en œuvre de copies stratégiques  Traduire la stratégie marketing et communication en stratégie de création.</p>		
<p><b>Compétences visées</b>  Utiliser les méthodes de stratégie créative  Identifier un contexte, le besoin de l'annonceur  Intégrer les contraintes législatives et réglementaires.  Créer et adapter les messages aux objectifs définis  Faire une analyse de l'existant en terme d'image et de communication produit  Proposer une solution et une méthode adaptées (objectifs, messages, cibles, supports)</p>		
<p><b>Prérequis</b>  Communication visuelle, Créativité</p>		
<p><b>Contenus</b>  Le brief créatif  Les langages graphiques  Rhétorique plastiques, processus de création et proposition créative  Techniques informelles et organisées  Associations et combinaisons  Stratégies de communication publicitaire  Cahiers des charges</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre</b>  Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas.  Les séances de TP permettent le travail en micro-agence.</p>		
<p><b>Prolongements possibles</b> Conception-rédaction, Création publicitaire 2, Atelier créatif</p>		
<p><b>Mots clés</b> Création, Conception, Stratégie créative</p>		



UE24P	Déploiement des méthodes et pratiques	10h TD, 5h TP
	Publicité	
<b>M24P04</b>	<b>Conception-rédaction niv.1</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b>          Se familiariser avec l'ensemble des techniques et pratiques de la conception-rédaction          Apprendre à formaliser une idée, apprendre à maîtriser la rédaction publicitaire et conceptuelle</p>		
<p><b>Compétences visées</b>          Créer et adapter les messages aux objectifs définis          Développer sa créativité et un sens esthétique          Être capable de formuler des idées et des concepts créatifs, et de les justifier.          Utiliser les procédés rhétoriques et stylistiques.          Intégrer les contraintes législatives et réglementaires.</p>		
<p><b>Prérequis</b>          Créativité</p>		
<p><b>Contenus</b>          Le rôle du concepteur-rédacteur dans la fonction création de l'agence, le team créatif          Les spécificités de la conception-rédaction publicitaire          L'argumentation, le lexique et le style          La conception-rédaction de supports de communication :          nom de marque ou d'entreprise          accroche publicitaire          mailing, e-mailing          scénario et story-board</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre</b>          Le module se compose de séances de TD qui permettent des applications concrètes et des études de cas.          Les séances de TP permettent de travailler sur les aspects conceptuels et créatifs dans des exercices d'application.</p>		
<p><b>Prolongements possibles</b>          Création publicitaire, Conception-rédaction 2, Atelier créatif</p>		
<p><b>Mots clés</b>          Conception-rédaction, Copywriting, Rewriting</p>		

UE24P	Déploiement des méthodes et pratiques	20h TP
	Publicité	
<b>M24P05</b>	<b>Production et PAO</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b>          Comprendre les contraintes et exigences techniques d'un processus de fabrication.          Donner aux étudiants une bonne connaissance de l'articulation des logiciels de PAO entre eux (lequel pour quoi faire) et du vocabulaire qui les caractérise (de façon à connaître le langage technique qui permet de dialoguer avec graphistes et agences).          Pouvoir maîtriser le montage d'un document utilisant ces logiciels.</p>		
<p><b>Compétences visées</b>          Connaître les principales techniques de production numérique          Connaître la chaîne graphique          Utiliser un logiciel de PAO          Utiliser un logiciel de retouche d'image</p>		
<p><b>Prérequis</b>          Communication visuelle</p>		
<p><b>Contenus</b>          Présentation des logiciels : modes, outils, formats de fichier          Pages et gabarits, grille de mise en page          Importation et traitement des images          Importation et traitement du texte.          Règles de composition et d'orthotypographie.          Elaboration d'un document simple qui mobilise la retouche photographique, le dessin vectoriel et assemblage du texte et des images et définit les étapes et processus de fabrication.          Chaîne de production d'un document</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre</b>          Le module se compose de séances de TD qui permettent des applications concrètes et des études de cas.          Les séances de TP permettent de travailler sur les aspects d'exécution au travers d'exercices d'application.</p>		
<p><b>Prolongements possibles</b>          Création publicitaire, conception-rédaction</p>		
<p><b>Mots clés</b>          PAO, Infographie, Prépresse, Retouche d'image, Dessin vectoriel, Mise en pages</p>		

UE24P	Déploiement des méthodes et pratiques	20h TP
	Publicité	
<b>M24P06</b>	<b>Multimédia et web</b>	semestre 2
<b>Objectifs du module</b> Utiliser un logiciel d'édition multimédia		
<b>Compétences visées :</b> Savoir référencer les contenus numériques Utiliser un logiciel d'édition multimédia		
<b>Prérequis :</b> Aucun		
<b>Contenus :</b> Utilisation d'un logiciel de création de site web, pour la création de site statique. Notions de base : HTML, CSS. Référencement de sites. Réalisation d'une bannière Mise en ligne		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances de TD permettant de définir les notions de site web, de référencement de mise en ligne. Les séances de TP permettent d'initier les étudiants à l'univers de travail de logiciel d'édition multimédia : technique d'utilisation du logiciel, création de page web.		
<b>Prolongements possibles :</b> En S3, on abordera la démarche d'élaboration d'un projet de site web en utilisant les techniques apprises dans ce module et une méthodologie de création de site web ergonomique via un cahier des charges.		
<b>Mots clés :</b> Edition HTML, pages web, site web statique, technique de création de pages web Multimédia, web		

UE24P	Déploiement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD
	Publicité	
<b>M24P07</b>	<b>Culture et tendances publicitaires</b>	semestre 2
<p><b>Objectifs du module :</b>          Connaître le fonctionnement d'une agence de publicité          Apprendre le vocabulaire publicitaire et celui des marques          Observer les tendances qui structurent les marques et la création publicitaire.          Apprendre à faire une veille de tendances et concurrentielle.</p>		
<p><b>Compétences visées</b>          Connaître son environnement professionnel          Suivre l'actualité du secteur de la communication et des médias.          Faire de la veille informationnelle et concurrentielle.          Connaître les valeurs et le territoire d'une marque.</p>		
<p><b>Prérequis</b>          Marketing fondamental</p>		
<p><b>Contenus</b>          Les fonctions d'une agence de publicité :          Fonction conseil          Fonction commerciale          Fonction créative          Fonction production          Le vocabulaire publicitaire :          Le « jargon » publicitaire          La culture publicitaire          Les tendances publicitaires :          De l'air du temps, des tendances émergentes aux tendances lourdes          Les mouvements d'idées          Les influences publicitaires          La marque :          Fonctions et territoire d'une marque          Capital image et les actifs d'une marque</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre</b>          Le module se compose de séances de TD permettant des applications concrètes et des études de cas.</p>		
<p><b>Prolongements possibles</b>          PPP, Création publicitaire, Conception-rédaction, Histoire de la publicité</p>		
<p><b>Mots clés</b>          Publicité, Tendances, Agence de publicité, Culture publicitaire, Marque</p>		

UE33P	Prolongement des méthodes et pratiques	20h CM, 10h TD, 5h TP
	Publicité	
<b>M33P01</b>	<b>Marketing d'études</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Définir une méthodologie d'étude, la réaliser et l'analyser afin de faciliter la prise de décision au sein de l'entreprise.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Analyser l'environnement Mettre en place une méthodologie adaptée Réaliser des études de marché</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Les fondamentaux du marketing</p>		
<p><b>Contenus :</b> Techniques d'enquêtes : typologie des études : finalités, méthodologie, résultats conception de l'étude cas du recours à un prestataire : définition du cahier des charges Études qualitatives : techniques individuelles techniques de groupe analyse de contenu Études quantitatives : échantillonnage questionnaire administration traitement du questionnaire (statistique descriptive ) Présentation du rapport d'études</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques. Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas. Les séances de TP permettent d'acquérir les bases d'un logiciel de traitement d'enquête.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Projets tutorés, stages en particulier celui de S4.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Analyse de marché, étude quantitative, étude qualitative, analyse de contenu, questionnaire, statistique descriptive</p>		

UE33P	Prolongement des méthodes et pratiques	10h CM, 10h TD
	Publicité	
<b>M33P02</b>	<b>Webmarketing</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Maîtriser les différents outils du web marketing Comprendre les enjeux du e-commerce</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Appréhender le webmarketing, le marketing des réseaux sociaux</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Communication médias, Communication hors média et techniques alternatives</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les composantes et les enjeux du web-marketing La présence sur le web (modèles directs et indirects) Les blogs Le référencement naturel L'analyse des visites La publicité en ligne Les relations publiques en ligne Les réseaux sociaux Le marketing mobile Les motivations et freins des consommateurs à utiliser l'e-commerce . Les différentes stratégies de distribution (pure players, Click &amp; Mortar...) La réglementation (en lien avec les enseignements de droit)</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques. Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Les autres enseignements de communication (Marketing direct &amp; Relation client, Stratégie de communication). En lien avec les enseignements de conception de sites web</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Site internet, blog, référencement, mobile, multimédia, réseaux sociaux, e-commerce</p>		

UE33P	Prolongement des méthodes et pratiques	15h CM, 10h TD, 5h TP
	Publicité	
<b>M33P03</b>	<b>Gestion d'activités</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>  Prévoir et contrôler le budget d'une opération publicitaire  Savoir évaluer la rentabilité d'une prestation publicitaire  Négocier le meilleur rapport qualité/prix/objectifs auprès de ses partenaires et fournisseurs</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Optimiser la relation client  Négocier avec un client ou un fournisseur  Connaître les prix du marché  Négocier les conditions du contrat  Établir le cahier des charges pour les créatifs et les partenaires  Planifier la réalisation matérielle et logistique des actions, produits et supports de communication  Construire et contrôler un budget  Sélectionner des fournisseurs/prestataires  Savoir fixer le prix d'une prestation  Savoir utiliser et mettre à jour des tableaux de bord.  Contrôler la réalisation de l'intervention, la qualité des produits</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Aucun</p>		
<p><b>Contenus :</b>  La gestion commerciale (notions de chiffre d'affaires, marge, calcul de la rentabilité d'une prestation, seuil de rentabilité, point mort, taux de marge, taux de marque, remises commerciales)  La démarche budgétaire (établissement d'un budget prévisionnel, suivi du réalisé)  La rédaction d'une proposition commerciale (réalisation de devis et factures)  L'évaluation des fournisseurs (sourcing, matrice de sélection)  La gestion de clientèle (connaissance des clients, analyse du portefeuille, développement du relationnel client)</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques.  Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b>  Projets tutorés et stages.  En lien avec les enseignements d'expression, les modules de communication</p>		
<p><b>Mots clés :</b>  Négociation, client, fournisseur, gestion de comptes, marge, chiffre d'affaires, sous-traitance, budget prévisionnel</p>		

UE33P	Prolongement des méthodes et pratiques	20h TD, 10h TP
<b>M33P04</b>	<b>Création publicitaire niv.2</b>	
<b>Objectifs du module :</b> Approfondir les stratégies techniques et les méthodes de création publicitaire		
<b>Compétences visées</b> Utiliser les méthodes de stratégie créative Identifier un contexte, le besoin de l'annonceur Créer et adapter les messages aux objectifs définis Faire une analyse de l'existant en terme d'image et de communication produit Proposer une solution et une méthode adaptées (objectifs, messages, cibles, supports) Décliner et adapter les messages aux différents supports (radio, web, applications mobiles, print, réseaux sociaux...)		
<b>Prérequis</b> Création publicitaire 1		
<b>Contenus</b> Utiliser la dialectique des moyens d'expression Donner du sens à la communication à l'aide des composants iconographiques Mettre à l'épreuve les différents codes d'expression Analyses de copies stratégiques et mises en œuvre Langages graphiques Rhétorique iconique Sens du message Psychologie et communication La communication publicitaire Processus de création Détournements Figures de styles Stratégies de communication Créativité et stratégies		
<b>Modalités de mise en œuvre</b> Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas. Les séances de TP permettent le travail en micro-agence.		
<b>Prolongements possibles</b> Conception-rédaction, Atelier créatif		
<b>Mots clés</b> Création, Conception, Stratégie créative		



UE33P	Prolongement des méthodes et pratiques	15h TD, 10h TP
<b>M33P05</b>	<b>Conception-rédaction niv.2</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Se perfectionner dans la discipline Conception-Rédaction Apprendre à décliner, adapter un message sur plusieurs supports de communication</p>		
<p><b>Compétences visées</b> Créer et adapter les messages aux objectifs définis Décliner et adapter les messages aux différents supports (radio, web, applications mobiles, print, réseaux sociaux...) Développer sa créativité et un sens esthétique. Utiliser les procédés rhétoriques et stylistiques Être capable de formuler des idées et des concepts créatifs, et de les justifier. Intégrer les contraintes législatives et réglementaires.</p>		
<p><b>Prérequis</b> Conception-rédaction 1</p>		
<p><b>Contenus</b> Concevoir une campagne d'affichage pour un produit Trouver un nom et élaborer une stratégie de moyens inventive pour une nouvelle marque Elaborer une création publicitaire globale, pour la presse et l'affichage Expérimenter l'écriture de spots pour la radio, la télévision, le web ou le cinéma.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre:</b> Le module se compose de séances de TD qui permettent des applications concrètes et des études de cas. Les séances de TP permettent de travailler sur les aspects conceptuels et créatifs dans des exercices d'application.</p>		
<p><b>Prolongements possibles</b> Création publicitaire 2, Atelier créatif</p>		
<p><b>Mots clés</b> Conception-rédaction, Copywriting, Rewriting</p>		

UE33P	Prolongement des méthodes et pratiques	20h TP
	Publicité	
<b>M33P06</b>	<b>Audiovisuel</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Apprendre les rudiments de la production d'un film publicitaire, d'un film d'entreprise et d'un clip viral		
<b>Compétences visées</b> Analyser les discours et les images fixes et animées Entretenir un réseau de prestataires Créer et adapter les messages aux objectifs définis Utiliser un logiciel de montage vidéo		
<b>Prérequis</b> Audiovisuel		
<b>Contenus</b> Réalisation d'un film d'entreprise ou corporate Réalisation d'un film publicitaire Réalisation d'un clip viral		
<b>Modalités de mise en œuvre</b> Le module se compose de séances de TD pour les aspects généraux, les séances de TP permettent de travailler sur les aspects techniques.		
<b>Prolongements possibles</b> PAO, Création publicitaire		
<b>Mots clés</b> Audiovisuel, Prise de son, Prise de vues, Montage, Film, Audio		

UE33P	Prolongement des méthodes et pratiques	20h TP
	Publicité	
<b>M33P07</b>	<b>PAO</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>          Comprendre les contraintes et exigences techniques d'un processus de fabrication.          Donner aux étudiants une bonne connaissance de l'articulation des logiciels de PAO entre eux (lequel pour quoi faire) et du vocabulaire qui les caractérise (de façon à connaître le langage technique qui permet de dialoguer avec graphistes et agences).          Pouvoir maîtriser le montage d'un document utilisant ces logiciels.</p>		
<p><b>Compétences visées</b>          Connaître les principales techniques de production numérique          Connaître la chaîne graphique          Utiliser un logiciel de PAO          Utiliser un logiciel de retouche d'image</p>		
<p><b>Prérequis</b>          Communication visuelle, Production et PAO</p>		
<p><b>Contenus</b>          Elaboration de documents qui mobilisent les logiciels de retouche photographique, dessin vectoriel et assemblage du texte et des images.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre</b>          Le module se compose de séances de TD qui permettent des applications concrètes et des études de cas.          Les séances de TP permettent de travailler sur les aspects d'exécution au travers d'exercices d'application.          Les travaux peuvent faire l'objet d'une démarche transversale, en relation avec le cours de création publicitaire et celui de conception-rédaction.</p>		
<p><b>Prolongements possibles</b>          Création publicitaire, Atelier créatif</p>		
<p><b>Mots clés :</b>          PAO, Infographie, Prépresse, Retouche d'image, Dessin vectoriel, Mise en pages</p>		

UE33P	Prolongement des méthodes et pratiques Publicité	20h TP
<b>M33P08</b>	<b>Multimédia et web 2</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b>  L'objectif de ce module est de familiariser les étudiants aux deux types d'édition multimédia :  L'utilisation d'un logiciel propriétaire en réalisant un projet individuel de développement d'un site web statique et ainsi créer un site web statique ergonomique  L'utilisation d'un logiciel libre véritable système de gestion de contenu Internet. avec les CMS Open Source et leur apporter les connaissances de base pour utiliser et administrer un CMS au choix de l'enseignant; Ainsi l'étudiant saura utiliser un système permettant de simplifier la création, la gestion et le partage de contenus sur l'Internet.  Savoir faire une évaluation ergonomique d'un site web  Mettre en place un cahier des charges pour la création de site web</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>  Administrer le contenu d'un site web/ Utiliser un logiciel d'édition multimédia/ Connaître les principales techniques de production numérique</p>		
<p><b>Prérequis :</b>  Multimédia et web 1° du S2</p>		
<p><b>Contenus :</b>  Gestion de Projet de site web (Prérequis 1° année), avec l'élaboration du cahier des charges, l'ergonomie déployée, le style (<i>design</i>).  Les différents types de système de gestion de contenus  Administrer un système de gestion de contenus pour la mise en place d'un site web.  Prise en main du module d'administration : page d'accueil de la console d'administration, organisation des menus, création d'une page de contenu, exemples catégorie/articles (création d'une catégorie, d'articles).  Publication d'un article. Gestion des droits d'accès. Gestion des utilisateurs. Mise à jour des contenus (rédacteurs, modérateurs, gestionnaires, etc.). Sécurité</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>  Le module se compose de séances de TD/cours permettant de savoir évaluer l'ergonomie d'un site web.  Savoir construire un cahier des charges. Les projets se feront en séance de TP</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b>  Multimédia, web, gestion de projet de création de site, cahier des charges, ergonomie du site, suite logicielle multimédia, logiciel libre (<i>open source</i>), gestion des contenus multimédias/ système de gestion de contenus (<i>CMS</i>),</p>		

UE34P	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 10h TD, 5h TP
	Publicité	
<b>M34P01C</b>	<b>Management</b>	semestre 3
<p><b>Objectifs du module :</b> Connaître les principales techniques de communication et de management pour améliorer son leadership.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Améliorer son leadership : Présenter et défendre un projet. Conduire une réunion. Gérer un conflit. Proposer un système de motivation approprié pour une équipe. Identifier un style de management à partir d'une étude de cas. Adapter son style de management en fonction des situations.</p>		
<p><b>Prérequis</b> Cours théorie de la communication, étude des organisations</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les fondements de la communication interpersonnelle. Techniques de préparation et de conduite de réunion. Techniques de gestion de conflit. Les ressorts et les outils de la motivation au travail. Les styles de management des équipes.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances alliant théorie et ateliers pratiques. Des mises en situation permettent au travers de jeux de rôle d'améliorer sa communication interpersonnelle et ses prestations orales en situation de management d'une équipe. Des études de cas seront également proposées.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Essentiellement dans les situations professionnelles : stage, conduite de projets, participation à des challenges. Toutes les situations au cours desquelles l'étudiant doit présenter et défendre un projet auprès d'une équipe.</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Communication interpersonnelle, développement personnel, motivation, rémunération, cohésion d'équipe (<i>team building</i>), incitations (<i>incentive</i>), challenge, concours, dotations, leadership, style de management.</p>		

UE34P	Modules complémentaires préliminaires	10h CM, 10h TD, 5h TP
	Publicité	
<b>M34P02C</b>	<b>Sociologie de la consommation</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Appréhender la consommation par le marketing et par la sociologie		
<b>Compétences visées :</b> Mener des entretiens sur les modes de consommation Analyser le rapport aux objets et à la consommation Comprendre les enjeux du marketing		
<b>Prérequis :</b> Sociologie, psychologie sociale, marketing		
<b>Contenus :</b> Modèles de consommateur, modèles comportementalistes, modèles séducteurs Approche sociologique de la consommation, sociologie compréhensive Outils de gestion d'offre commerciale Outils marketing Outils sociologiques, apport des modèles sociologiques		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Analyse de cas, Enquête, Cours		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Sociologie, consommation, enquête, modèles de consommateur, sociologie compréhensive, marketing		

UE34P	Modules complémentaires préliminaires	15h TD, 10h TP
	Publicité	
M34P03C	<b>Communication événementielle</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Concevoir et organiser un événement.		
<b>Compétences visées :</b> Concevoir des actions événementielles		
<b>Prérequis :</b>		
<b>Contenus :</b> Typologie des événements Les métiers de l'événementiel Le concept événementiel La production d'un événement		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances alliant théorie et ateliers pratiques. Des études de cas seront également proposées.		
<b>Prolongements possibles :</b> Essentiellement dans les situations professionnelles : stage, conduite de projets, participation à des challenges. Toutes situations au cours desquelles l'étudiant doit présenter et défendre un projet auprès d'une équipe.		
<b>Mots clés :</b> Événement, planning, communication interne, communication externe		

UE34P	Modules complémentaires préliminaires	15h TD, 10h TP
	Publicité	
<b>M34P04C</b>	<b>Techniques de recherche d'emploi</b>	semestre 3
<b>Objectifs du module :</b> Connaître les principaux outils de recherches d'emploi et l'environnement professionnel.		
<b>Compétences visées :</b> Connaître son environnement professionnel		
<b>Prérequis</b> PPP		
<b>Contenus :</b> Ciblage du périmètre de recherche Révision des techniques de recherche d'emploi et préparation aux entretiens Identité professionnelle : construction de son réseau professionnel, construction d'une identité numérique professionnelle		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances alliant théorie et ateliers pratiques. Des mises en situation permettent au travers de jeux de rôle d'améliorer sa communication interpersonnelle et ses prestations orales en situation d'entretiens.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Emploi, entretien, identité professionnelle, réseau professionnel, développement personnel, motivation.		



UE43P	Consolidation des méthodes et pratiques	10h CM, 20h TD
	Publicité	
<b>M43P01</b>	<b>Stratégie marketing</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Établir un diagnostic stratégique et formuler des recommandations en termes de stratégies de développement et les conséquences au niveau de la segmentation, du ciblage, du positionnement et du marketing mix.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Analyser l'environnement Comprendre la stratégie marketing d'une organisation Poser un diagnostic (situation, marché, positionnement...) Élaborer un mix marketing</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Les fondamentaux du marketing</p>		
<p><b>Contenus :</b> Les notions de stratégie, objectifs, métier, domaine d'activité stratégique (DAS)... Le diagnostic interne (chaîne de valeur) La segmentation stratégique Le diagnostic externe (macro et micro environnements) L'analyse de l'attractivité et de la compétitivité des segments Le choix d'une stratégie (matrices de portefeuille d'activité, options stratégiques de base, stratégies de croissance, stratégies concurrentielles) Les stratégies marketing</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques. Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b> Démarche marketing, diagnostic interne, diagnostic externe, stratégie, valeurs, domaine d'activité stratégique (DAS)</p>		

UE43P	Consolidation des méthodes et pratiques	10h CM, 15h TD, 10h TP
	Publicité	
<b>M43P02</b>	<b>Marketing direct et relation client</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b>          Connaître les outils et les techniques du marketing direct          Intégrer le Marketing Direct dans la stratégie de communication globale          Connaître les enjeux de la relation client          Réaliser des documents</p>		
<p><b>Compétences visées :</b>          Concevoir et mettre en place une campagne de marketing direct          Optimiser la relation client</p>		
<p><b>Prérequis :</b>          Communication médias, Communication hors média et techniques alternatives, Webmarketing</p>		
<p><b>Contenus :</b>          Le marketing relationnel          Définition et enjeux - Marketing transactionnel et marketing relationnel – Marketing one to one – La fidélisation          La gestion des fichiers &amp; bases de données          Les problèmes éthiques du marketing direct          Les principaux outils du marketing direct          Le mailing          Le marketing téléphonique          L'e-mailing          Les autres outils          La conduite d'une action de marketing direct          De la conception à l'évaluation de l'opération</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b>          Le module se compose de séances de CM, destinées à présenter les fondements théoriques.          Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas.          Les séances de TP permettent le travail sur des logiciels de base de données et d'acquérir les bases d'un logiciel de e-mailing</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b></p>		
<p><b>Mots clés :</b>          Relation-client, fidélisation, base de données, publipostage (<i>mailing, e-mailing</i>), marketing téléphonique</p>		

UE43P	Consolidation des méthodes et pratiques	20h TD, 10h TP
	Publicité	
<b>M43P03</b>	<b>Atelier recommandation</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Étudier, réfléchir et formuler une recommandation incluant les aspects stratégiques (marketing et communication), créatifs et opérationnels d'après un brief annonceur réel ou fictif.</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Identifier une problématique de communication et y répondre (recommandation) Proposer une solution et une méthode adaptées (objectifs, messages, cibles, supports)</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Stratégie de communication, création publicitaire</p>		
<p><b>Contenus :</b> La recommandation : analyse, stratégie de communication et stratégie des moyens Etudes de cas Briefs annonceurs Note : ce module s'entend comme une synthèse des enseignements de communication et marketing en lien le cas échéant avec l'atelier créatif.</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Les séances de TD permettent des applications concrètes et des études de cas. Les séances de TP permettent le travail en micro-agence</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Atelier créatif</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Stratégie de communication, Recommandation, Copie stratégie</p>		

UE43P	Consolidation des méthodes et pratiques	10h TD, 20h TP
	Publicité	
<b>M43P04</b>	<b>Atelier créatif</b>	semestre 4
<p><b>Objectifs du module :</b> Étudier, réfléchir et concevoir une recommandation créative d'après les aspects stratégiques (marketing et communication et opérationnels)</p>		
<p><b>Compétences visées :</b> Être capable de formuler des idées et des concepts créatifs, et de les justifier.</p>		
<p><b>Prérequis :</b> Conception-rédaction, création publicitaire, PAO</p>		
<p><b>Contenus :</b> Répondre à un brief créatif Faire des propositions créatives, les adapter et décliner Production de supports de communication Note : ce module s'entend comme une synthèse des cours créatifs (communication visuelle, création publicitaire et conception-rédaction).</p>		
<p><b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances de TD dans lesquelles les étudiants travaillent sous la forme d'un <i>team créatif</i> (directeur artistique et concepteur-rédacteur) à partir d'un <i>brief créatif</i> exclusivement ou d'un <i>brief global</i> en lien avec le module recommandation.</p>		
<p><b>Prolongements possibles :</b> Atelier recommandations</p>		
<p><b>Mots clés :</b> Conception, Création, Créatif, Direction artistique, Conception-rédaction</p>		

UE44P	Modules complémentaires de continuation	15h TD, 10h TP
	Publicité	
M44P01C	<b>Contenu de marque</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Appréhender le contenu de marques (brand content)..		
<b>Compétences visées :</b> Connaître les valeurs et le territoire d'une marque		
<b>Prérequis</b> TIC et médias sociaux, webmarketing		
<b>Contenus :</b> Les contenus éditoriaux La valorisation du capital de la marque Le marketing de l'attention Les acteurs du brand content		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances alliant théorie et ateliers pratiques. Des études de cas seront également proposées.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Médias sociaux, digital, webmarketing, contenu de marque ( <i>brand content</i> ), capital marque.		

UE44P	Modules complémentaires de continuation	10h TD, 15h TP
	Publicité	
<b>M44P02C</b>	<b>Communication narrative (<i>storytelling</i>)</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Apprendre à raconter une histoire dans une stratégie de communication.		
<b>Compétences visées :</b> Connaître les valeurs et le territoire d'une marque		
<b>Prérequis</b> TIC et médias sociaux, Webmarketing, Communication médias, Communication hors médias		
<b>Contenus :</b> Les procédés narratifs La création d'un récit La scénarisation		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances alliant théorie et ateliers pratiques. Des études de cas seront également proposées.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Communication narrative ( <i>storytelling</i> )		

UE44P	Modules complémentaires de continuation	10h CM, 10h TD, 5h TP
	Publicité	
<b>M44P03C</b>	<b>Relations avec un prestataire</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Savoir réaliser la maîtrise d'ouvrage d'une action de communication ou publicitaire		
<b>Compétences visées :</b> Connaître son environnement professionnel, technique. Entretien d'un réseau de prestataires : journaliste, imprimeur, infographiste, créateur de sites web Négocier avec un fournisseur Sélectionner des fournisseurs/prestataires Négocier les conditions du contrat		
<b>Prérequis</b> Gestion d'activités		
<b>Contenus :</b> La définition d'un cahier des charges. Les conditions d'un partenariat La négociation et les achats Le contrôle de la sous-traitance		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances alliant théorie et ateliers pratiques. Des études de cas seront également proposées.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b>		

UE44P	Modules complémentaires de continuation	10h CM, 10h TD, 5h TP
	Publicité	
<b>M44P04C</b>	<b>Stratégie de communication digitale</b>	semestre 4
<b>Objectifs du module :</b> Mettre en place une stratégie de communication digitale		
<b>Compétences visées :</b> Appréhender le webmarketing, le marketing des réseaux sociaux. Identifier un contexte, le besoin de l'annonceur Faire une analyse de l'existant en terme d'image et de communication produit Identifier une problématique de communication et y répondre (recommandation)		
<b>Prérequis</b> TIC et médias sociaux, webmarketing		
<b>Contenus :</b> Internet, média de proximité et d'influence Le marketing relationnel, 2.0 et instantané Les blogs professionnels Réseaux sociaux, influence et viralité Identité numérique, <i>buzz</i> négatif ( <i>bad buzz</i> ) Commerce et objet connecté		
<b>Modalités de mise en œuvre :</b> Le module se compose de séances alliant théorie et ateliers pratiques. Des études de cas seront également proposées.		
<b>Prolongements possibles :</b>		
<b>Mots clés :</b> Médias sociaux, digital, webmarketing, blog, identité numérique, e-commerce		