

Année 2016-2017	Libellé : L3 Information Communication						
Libelle	ECTS	Semestre	CM	TD	mois de stage	Compétences attendues (à renseigner pour chaque UE et module)	Bloc de compétences (indiquer à quel bloc ces compétences sont rattachées)
UE1 FONDAMENTAUX	6	5					Connaître les grands courants des SHS et les bases de la communication des organisations
Principaux courants des sciences humaines et sociales	3	5	20			Mobiliser les concepts relatifs aux sciences humaines et sociales pour appréhender les sciences de l'information et de la communication	
Introduction à la communication des organisations	3	5	20			Identifier les principales approches et les concepts qui ont façonné le domaine de la communication organisationnelle,	
UE2 ENSEIGNEMENTS FONDAMENTAUX 1	12	5					Maîtriser le socle des fondamentaux de la discipline et des disciplines connexes dans leur dimension historique et méthodologique
Méthodes des sciences humaines et sociales	3	5	12	8		Concevoir et réaliser une enquête, traiter des données quantitatives et qualitatives, et pratiquer une analyse de contenu.	
Culture de l'information numérique	3	5	20			Cerner l'information, son contenu et ses systèmes sous l'angle des représentations, des significations ou des pratiques associées, pour analyser ou concevoir des dispositifs d'information et de communication.	
Communication et société	3	5	20	8		Identifier et caractériser les acteurs individuels et institutionnels de l'information et de la communication, les pratiques professionnelles (notamment celles des journalistes), les médias de communication et les industries culturelles et de médiation, pour situer les dispositifs d'information et de communication dans leur environnement politique, économique et social.	
Histoire des théories de la communication	3	5	30			Mobiliser les théories en information et communication et leurs évolutions avec leurs contextes historique, sociétal, économique, technologique, culturels	
UE3 LANGAGES	12	5					Maîtriser les langages de l'écrit et de l'image, les dispositifs d'information numérique et la production d'écriture professionnelle
Anglais	3	5		27		Se servir aisément de la compréhension et de l'expression écrites et orales dans au moins une langue vivante étrangère	
Outils et services du web	3	5		20		Utiliser les outils de l'informatique et les technologies de l'information et de la communication pour concevoir les contenus des messages de communication, avec un langage et un style adaptés	
Analyse et pratique de l'image	3	5		20		Analyser l'image et penser le rapport que nous entretenons avec elle pour comprendre comment s'opère la construction de sens.	
Ecrits professionnels	3	5		20		Mobiliser des connaissances et savoir faire pour produire des écrits propres à l'entreprise	
Ateliers professionnels Supports et documents		5		15			
UE4 ENSEIGNEMENTS FONDAMENTAUX 2	12	6					Connaître la discipline dans ses différents champs et dimensions et acquérir des connaissances théoriques en sciences de l'information et de la communication
Approche socio-politiques des médias	3	6	20			Identifier et caractériser les médias de communication dans leur environnement politique, économique et social.	
Psychologie sociale de la communication	3	6	27			Mobiliser les concepts relatifs à la psychologie sociale de la communication pour appréhender les phénomènes de communication, d'influence, de persuasion, de manipulation et de propagande.	
Approches communicationnelles de la culture	3	6	20			Cerner les phénomènes et les dispositifs communicationnels et leur agencement sur le terrain de la culture	
Droit de l'information et de la communication	3	6	20	10		Respecter l'organisation juridictionnelle française dans les domaines de la liberté de la presse et du respect du droit à la vie privée	

Libelle	ECTS	Semestre	CM	TD	mois de stage	Compétences attendues (à renseigner pour chaque UE et module)	Bloc de compétences (indiquer à quel bloc ces compétences sont rattachées)
UE5 ORIENTATION, SAVOIRS ET PRATIQUES PROFESSIONNELS	9	6					Avoir un aperçu des grands champs professionnels et des différents métiers associés à la discipline et les tâches inhérentes
Marchés et usages de l'internet	3	6	3	17		Utiliser des outils numériques en s'adaptant au marché et usages de l'internet	
Pratiques journalistiques	2	6	10	10		Identifier et caractériser les acteurs individuels et institutionnels de l’information et de la communication, les pratiques professionnelles des journalistes et des médias de communication	
Etude des publics	2	6	6	14		Concevoir la réception, de public (s), de non publics, et d’usagers sur des objets divers	
Approches critiques du numérique	2	6	6	14		Décrypter les enjeux sociotechniques de l’innovation dans le domaine de l’information et de la communication	
Atelier Supports et documents		6	10				Avoir un aperçu des grands champs professionnels et des différents métiers associés à la discipline et les tâches inhérentes
Communication organisationnelle	3	6	6	14		Définir la politique de communication de l’organisation (continuum interne-externe), mettre en oeuvre une stratégie de communication et les différentes formes de plans de communication	
Communication publique	2	6	6	14		Participer à la gestion des institutions au travers d'une communication adaptée	
Intelligence économique et veille stratégique	2	6	3	17		Avoir un aperçu des questions d’intelligence économique et mettre en place une veille stratégique adaptée	
Marketing et management	2	6	10	10		Structurer la stratégie d'un plan d'action marketing et gérer l'encadrement d'une équipe	
Atelier Supports et documents		6	10				Avoir un aperçu des grands champs professionnels et des différents métiers associés à la discipline et les tâches inhérentes
Humanités numériques	3	6	3	17		Développer des projets de création, de conception, de réalisation et de diffusion d’objets communicationnels (flyers et affiches, teasers, petites œuvres multimédias, web documentaire, sites Internet) pour la communication et la médiation ;	
Médiations des connaissances scientifiques et techniques	2	6	6	14		Cerner les phénomènes et les processus de médiation scientifique et technique pour concevoir des dispositifs et des environnements informationnels et communicationnels.	
Médiation et culture	2	6	6	14		Analyse des dispositifs de médiation culturelle d’institutions artistiques, culturelles et institutionnelles	
Sémiologie des médiations	2	6	10	10		Approfondir le processus de construction du sens à partir des éléments de la médiation	
Atelier Supports et documents		6	10				
UE6 STAGE	6	6					Disposer d’une expérience personnelle professionnelle d’analyse et/ou de production de dispositifs, objets et systèmes informationnels et
Stage	6	6			1,5	Travailler en équipe autant qu’en autonomie et responsabilité au service d’un projet.	
Préparation au mémoire et bilan de stage		6		12		Identifier et poser une problématique dans un contexte professionnel, construire et développer une argumentation	
UE 7 A CHOIX	3	6					
Sport	3	6				Apprendre à gérer sa vie physique et sportive, entretenir sa santé et son capital corporel tout au long de la vie.	
Engagement social et citoyen	3	6				o Etre sensibilisé aux questions de citoyenneté, d'engagement associatif et social	