

# LICENCE EN INFORMATION ET COMMUNICATION

L'année de Licence 3 est ancrée dans les sciences humaines et sociales et permet une spécialisation progressive en sciences de l'information et de la communication et dans les métiers de la communication. 5 parcours sont proposés en vue de l'obtention du diplôme de **Licence Information et communication**.

## ENTRÉE

Bac + 2, avoir au maximum 23 ans\*  
 Écrit : réflexion et analyse, anglais  
 Oral : anglais, entretien avec un jury  
 Pas de concours d'entrée en Master 1

## ORGANISATION DES ÉTUDES

1 année d'étude, cours de septembre à mars  
 400 h, 60 crédits ECTS

### 4 UNITÉS D'ENSEIGNEMENT :

- 2 unités d'enseignement théorique : théories de l'information et de la communication sciences humaines, économiques et sociales
- 1 unité d'enseignement professionnel : présentation des différents métiers correspondant au parcours choisi
- 1 unité d'enseignement méthodologique : ateliers d'expressions écrite et orale, ateliers d'informatique, perfectionnement en langues vivantes, travail d'initiation à la recherche

### RÉPARTITION DES COURS :

les cours magistraux constituent la moitié des enseignements. Les travaux dirigés, ateliers, projets tutorés, mise en situation professionnelle, enquêtes, exposés représentent l'autre moitié des enseignements.

### STAGE DE 3 À 4 MOIS :

rédaction d'un rapport contribuant à l'élaboration de la connaissance sur les métiers et les situations professionnelles et sur leurs problématiques

## PARCOURS

### COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS

La communication institutionnelle recouvre le champ des problématiques liées à la réputation, à la notoriété et à l'image des organisations auprès des publics internes et externes. Les enseignements explorent les stratégies de communication utilisées auprès de leurs différents publics : personnel, actionnaires, clients, relais d'opinion, médias, élus et pouvoirs publics. Les métiers auxquels cette filière prépare requièrent une solide culture générale et s'exercent en agence, en cabinet conseil, en indépendant ou au sein du département de communication d'une entreprise, d'une organisation internationale, d'une collectivité territoriale, d'une association, d'une institution publique...

### EXEMPLES DE STAGES

#### Entreprises :

Cartier – Comité Colbert – CCI Paris – Ubifrance

#### Fonctions / missions :

Assistant relations presse  
 Organisation d'événements  
 Attaché de presse

## PARCOURS

### MANAGEMENT DE LA COMMUNICATION

Un programme d'enseignements renforcé invite à une approche pluridisciplinaire et transversale de la communication, en théorie et en pratique. Il est composé d'enseignements progressifs et approfondis en sciences de l'information et de la communication et en sciences humaines et sociales ainsi que de cours d'application professionnelle en lien avec les différents aspects de la communication des entreprises, des organisations et des institutions et dans les différents domaines d'application de la communication. Il prépare à l'étude, à la conception et à la conduite des politiques de communication dans le contexte de la mondialisation. L'année de licence permet d'acquérir une culture communicationnelle générale, théorique et professionnelle, et les étudiants bénéficient d'un programme supplémentaire d'enseignements de Magistère ainsi que de premières études de cas encadrées.

### → EXEMPLES DE STAGES

#### Entreprises :

Secours catholique – Leo Burnett – Festival de Saint-Denis – MacCann Erickson

#### Fonctions / missions :

Assistant chef de groupe  
 Assistant communication et multimédia  
 Assistant action culturelle  
 Chargé de missions dans la communication événementielle

\* accès spécifiques : candidats aux concours des ENS ; étudiants Paris-Sorbonne (histoire, géographie, lettres, philosophie, sociologie, LEA). [www.celsa.fr](http://www.celsa.fr)



**PARCOURS****MARKETING PUBLICITÉ ET COMMUNICATION**

La consommation est un domaine en mutation constante et rapide. Les théories, les démarches, les outils et les techniques y évoluent en permanence. Les étudiants de cette filière découvrent et apprennent les approches théoriques indispensables à la pensée stratégique et les pratiques professionnelles les plus récentes. Ils acquièrent, quelle que soit leur spécialisation, tous les éléments d'une compréhension fine et créative des questions que leurs futures professions rencontrent aujourd'hui et rencontreront demain. La filière se donne pour vocation de former des stratèges du marketing et de la communication commerciale particulièrement aptes à cerner le comportement des consommateurs dans un environnement complexe. La formation s'appuie sur une approche communicationnelle du marketing appréhendé comme une pratique créative curieuse du social et du culturel, soucieuse de l'inscription symbolique des phénomènes.

.....  
→ EXEMPLES DE STAGES

**Entreprises :**

Carré noir – Le Parisien – Lagardère Publicité – TBWA

**Fonctions / missions :**

Assistant chef de projet marketing

Assistant chef publicité

Assistant chef de produit

.....

**PARCOURS****MÉDIAS ET COMMUNICATION**

La spécialité Médias et Communication a été créée en réponse aux transformations médiatiques que vivent les secteurs de la communication. Elle forme des spécialistes des médias et de la communication numérique, dont l'expertise très pointue est alliée à des compétences transversales en communication, marketing et ressources humaines. L'enseignement porte sur l'ensemble des transformations médiatiques dans leurs dimensions culturelle, technique, sociale, économique. L'analyse englobe les changements dans les usages et dans les pratiques professionnelles. Les étudiants se destinent à accompagner l'évolution des médias, à la fois dans les entreprises de médias (presse, télévision, radio) et dans les médias d'entreprise, notamment dans les médias dits numériques.

.....  
→ EXEMPLES DE STAGES

**Entreprises :**

Le Monde – Orange – Jiwa – Paris Première – Télérama

**Fonctions / missions :**

Veille et modération sur le site Internet

Assistance rédactionnelle

Création d'outils blogs, sites

.....

**PARCOURS****RESSOURCES HUMAINES ET COMMUNICATION**

La fonction « ressources humaines » des entreprises orchestre l'ensemble des processus liés à l'activité des organisations : recrutement, formation, rémunération, anticipation des besoins en compétences, développement, amélioration des conditions de travail, conduite du changement. Dans ces métiers, la communication est à la fois une condition de l'activité et un outil de soutien quotidien de cette activité. Pour aborder ces logiques et processus, les enseignements du parcours s'appuient sur des fondamentaux des sciences de l'information et de la communication et des sciences sociales, à travers des cours magistraux, des travaux dirigés, des cas pratiques et des mises en situation professionnelle. Les formations de ressources humaines sont à la fois généralistes, elles ouvrent à toutes les fonctions du métier, et spécifiques, elles positionnent la communication et ses actions en angle d'analyse et de levier d'action central. Les cours sont dispensés par des enseignants-chercheurs, par des professionnels des ressources humaines et du consulting et par des syndicalistes.

.....  
→ EXEMPLES DE STAGES

**Entreprises :**

L'Oréal – SNCF – Société Générale – Compagnie de Saint-Gobain

**Fonctions / missions :**

Participation à une mission de recrutement

Participation à des élections professionnelles

Enquête de satisfaction

Participation à un journal mensuel

.....

**RESPONSABLES DE FORMATION****Enseignants-chercheurs :**

Olivier AÏM, maître de conférences

Thierry DEVARS, attachée temporaire d'enseignement et de recherche

**Coordinatrice administrative et pédagogique :**

Aïssatou DIALLO-CAMARA

**VIE ASSOCIATIVE****Bureau des élèves :**

activités culturelles, humanitaires et sportives

**Junior entreprise :**

nombreuses missions dans tous les domaines de l'information et de la communication

LES PROGRAMMES DÉTAILLÉS SONT DISPONIBLES  
SUR LE SITE INTERNET [WWW.CELSA.FR](http://WWW.CELSA.FR)

