

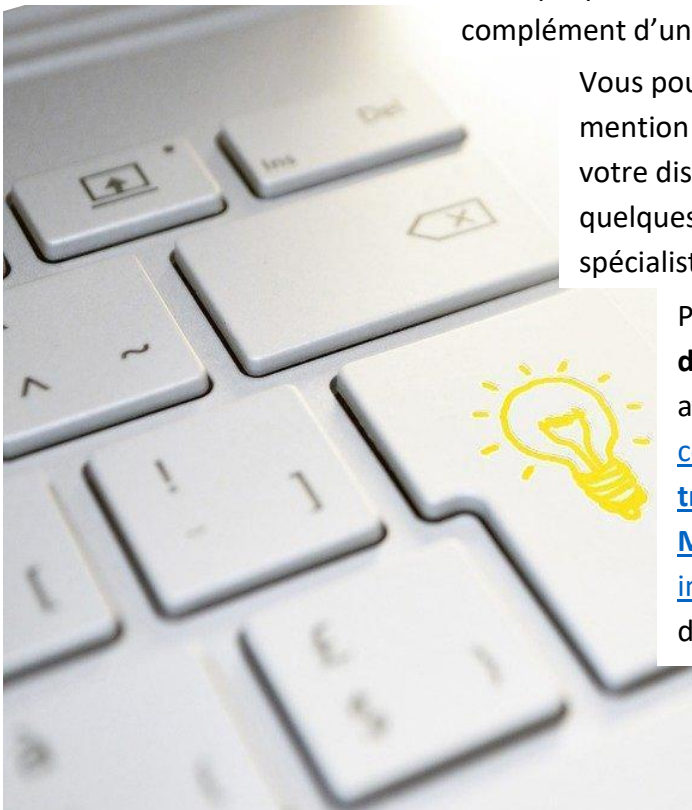
NOS ENSEIGNEMENTS DE LICENCE ET POUR NON-SPÉCIALISTES

À l'université Grenoble Alpes, vous pouvez suivre des enseignements en information-communication dès la 1^{ère} ou la 2^{ème} année de licence, dans le cadre d'une [mineure](#) ou d'enseignements dits d'ouverture, ainsi que parmi les [Enseignements Transversaux à Choix \(ETC\)](#), en complément d'une discipline principale.

Vous pouvez ensuite intégrer la [3ème année de licence](#) mention information-communication - ou poursuivre dans votre discipline principale initiale, le cas échéant avec quelques enseignements complémentaires « pour non-spécialistes » en information-communication.

Pour la rentrée 2021, **notre offre de formation découverte et pour non-spécialistes a été renforcée**, avec [8 enseignements dits de mineure \(accessibles à certaines mentions de L1-L2\)](#) et [10 enseignements transversaux \(proposés, selon les cas, de la L1 au Master 2\)](#). Par ailleurs, le recrutement en [L3 information-communication](#) s'ouvre à une grande diversité de profils.

Alternative à une spécialisation précoce, cette architecture de formation entend ainsi contribuer à former des citoyens éclairés & de futurs journalistes et communicants dotés d'une solide culture, curieux et conscients des enjeux du monde contemporain.



Pixabay/athree23






<https://pixabay.com/fr/photos/clavier-entrez-id%C3%A9-d%C3%A9marrage-4876716/>

Mise à jour : 22 juin 2021

Table des matières

VUE D'ENSEMBLE	3
ENSEIGNEMENTS DE MINEURE OU D'OUVERTURE EN L1 ET L2.....	4
Pour qui ?	4
Pour quoi faire ?.....	4
Comment ça se passe ?.....	4
Sur quoi ?	5
Quand ?.....	7
ENSEIGNEMENTS TRANSVERSAUX À CHOIX (ETC).....	8
Pour qui ?	8
Pour quoi faire ?.....	8
Comment ça se passe ?.....	8
Sur quoi ?	9
Quand ?.....	13
LICENCE 3 INFORMATION-COMMUNICATION.....	14
Organisation et contenu	14
Tableau synthétique des enseignements	16
Poursuite d'études et débouchés	16
Conditions d'accès à la formation.....	17
Descriptif des différents enseignements de L3 Information-Communication	19
CONTACTS	25

VUE D'ENSEMBLE

Vous êtes...	et vous...	Informez-vous sur...
... futur bachelier/ière	... vous intéressez aux sciences humaines et sociales, aux médias et aux produits culturels, à l'internet et aux différentes formes d'expression (écrite, orale, visuelle...)	 Les enseignements de mineure et d'ouverture en L1 L2 & Les enseignements transversaux à choix
... étudiant-e de L1 ou de L2 à l'UGA en Arts du spectacle, Histoire, Lettres, Philosophie, Sciences du langage, SHA, ou encore Sociologie	... souhaitez mettre un pied dans la filière information-communication	 Les enseignements de mineure et d'ouverture en L1 L2 & Les enseignements transversaux à choix
... étudiant-e de L1 ou L2 à l'UGA dans une autre discipline	... voulez élargir votre formation en découvrant l'information-communication	 Les enseignements transversaux à choix
... étudiant-e de L3, M1 ou M2 à l'UGA (toutes disciplines)	... êtes tenté-e par une incursion dans le vaste domaine des sciences de la communication	 Les enseignements transversaux à choix
... prochainement titulaire d'un niveau bac+2 validé (L2 toutes disciplines, CPGE, BTS, DUT...)	... envisagez de vous orienter vers la communication ou le journalisme pour votre poursuite d'études	 La L3 Information-communication

ENSEIGNEMENTS DE MINEURE OU D'OUVERTURE EN L1 ET L2

Pour qui ?

À la rentrée de l'année universitaire 2021/2022, les enseignements dits de mineure ou d'ouverture sont proposés aux étudiants inscrits dans les filières suivantes sur le site de Grenoble :

- L1 et L2 Arts du spectacle (mineure complète, 2 enseignements prédéfinis chaque semestre) ;
- L1 et L2 Histoire (enseignements d'ouverture pour certains semestres, voir les listes d'enseignements optionnels dans la maquette de la licence Histoire)
- L1 et L2 Lettres (mineure complète, 2 enseignements prédéfinis chaque semestre) ;
- L1 et L2 Philosophie (mineure à 3 enseignements au choix en L1 et 3 enseignements au choix en L2) ;
- L1 et L2 Sciences du Langage (mineure complète, 2 enseignements prédéfinis chaque semestre) ;
- L1 et L2 Sciences Humaines Appliquées (enseignements d'ouverture, 1 enseignement peut être choisi chaque semestre au sein de la liste indiquée dans la maquette de la licence SHA) ;
- L1 et L2 Sociologie (mineure complète, 2 enseignements prédéfinis chaque semestre) ;
- Étudiants internationaux en programme d'échange (à la carte).

Il n'y a aucun prérequis pour suivre ces enseignements, si ce n'est un minimum d'intérêt pour les thèmes abordés, ainsi que des capacités de compréhension, de réflexion et de rédaction attendues d'un bachelier. Il suffit aux étudiants intéressés de sélectionner la mineure ou l'enseignement d'ouverture lors de leur inscription pédagogique (pour les étudiants de L1 Sociologie, les places sont limitées aux 50 premiers inscrits).

Pour quoi faire ?

Ces enseignements sont conseillés si vous souhaitez :

- appréhender l'histoire et les théories de certains domaines de la communication & vous initier aux sciences de l'information et de la communication en complément votre discipline principale ;
- et/ou découvrir les métiers de l'information-communication & acquérir des repères, démarches et compétences opérationnelles de base dans ce domaine ;
- et/ou préparer une orientation future vers une L3 ou un Master en journalisme ou en communication. Avoir suivi des enseignements de mineure ou d'ouverture en information-communication à l'UGA constitue notamment un atout dans un dossier de candidature pour la [L3 information-communication](#).

Comment ça se passe ?

Il s'agit de cours magistraux accueillant d'une trentaine à une centaine d'inscrits, évalués par un examen sur table en fin de semestre. Une place sera laissée aux échanges avec les participants dans l'ensemble des cours et aux exercices pratiques dans les enseignements « Écrire pour le *print* et le web » & « Usages des nombres en communication et en journalisme ».

Tous les cours se déroulent sur le campus de Saint-Martin-d'Hères, à raison de 2h par semaine sur 12 semaines (soit un volume horaire total de 24 heures). Les créneaux horaires sont étudiés pour être compatibles avec les enseignements de majeure et communiqués au plus tard en début de semestre universitaire.

Sur quoi ?

Théories de la communication médiatique

(semestre 1 – L1 si suivi au sein de la mineure complète)



Pixabay/Neva79, <https://pixabay.com/fr/photos/journaliste-appareil-photo-852096/>

Plus particulièrement depuis la fin du XIX^{ème} siècle, les médias dits de masse ont fait l'objet de nombreux travaux. Philosophes, professionnels du journalisme ou des relations publiques, psychologues, sociologues, et plus récemment chercheurs en sciences de la communication se sont interrogés sur la place et sur les effets de la presse écrite, de la radio, du cinéma ou encore de la télévision. Ce cours présente les grands courants théoriques qui se sont affrontés sur ces questions. On cherchera à situer les auteurs étudiés dans leur contexte historique et intellectuel, mais aussi à dégager leurs apports pour comprendre notre rapport actuel aux médias.

Communication des organisations

(semestre 1 – L1 si suivi au sein de la mineure complète)



Artiste : EZK, Source de l'image : www.bewaremag.com

Ce cours proposera un panorama du champ de la communication des organisations et de son histoire, depuis les travaux critiques dans ce domaine jusqu'aux pratiques professionnelles. Nous nous attacherons particulièrement aux mutations récentes des sociétés et des organisations, à l'importance croissante de la communication et aux nouvelles stratégies mises en œuvre par les différent-e-s professionnel-le-s du domaine, y compris numériques.

Socio-économie de l'internet et du numérique

(semestre 2 – L1 si suivi au sein de la mineure complète)



https://cdn.pixabay.com/photo/2016/04/04/14/12/monitor-1307227_1280.jpg

L'objectif du cours est de présenter quelques thèmes majeurs liés à l'internet, ses évolutions et ses enjeux économiques et sociaux, à savoir : le contexte de sa création, sa gouvernance au niveau mondial ainsi que ses incidences économiques et sociales sur les industries culturelles. Les principales approches théoriques élaborées pour « penser » l'internet et les réseaux socio-numériques ainsi que les mutations qu'ils provoquent dans la société à ses différents niveaux y seront également abordées.

Médias audiovisuels, d'hier à aujourd'hui

(semestre 2 – L1 si suivi au sein de la mineure complète)



<http://benoit.lafon.free.fr/enseignements.html>

Dans ce cours, on cherchera à décrire et à situer les grandes étapes de l'émergence et de l'évolution des médias audiovisuels en France. Il s'agira plus précisément de donner les principaux repères de l'histoire de la radio et de la télévision en s'attachant à leur importance politique, culturelle et sociale. On examinera ainsi les statuts, les personnels et les programmes de la radio - télévision française de la fin du XIX^e siècle à nos jours.

Histoire de la presse et du journalisme

(semestre 1– L2 si suivi au sein de la mineure complète)



Ce cours, qui commence, avec le tam-tam, aux origines de la communication humaine et se termine au XXIème siècle avec l'internet, a pour objectif de situer la naissance et le développement de la presse et du journalisme dans leur contexte historique, sociopolitique et culturel. On montrera comment la presse, d'un outil de propagande entre les mains des gouvernants, a participé à la lutte pour la liberté d'expression en devenant une institution indispensable au fonctionnement des sociétés démocratiques et comment ceux qui y écrivent se sont constitués en une véritable profession en donnant naissance au journalisme au sens moderne du terme. Le cours traitera aussi de l'influence des inventions techniques sur l'évolution de la presse et des pratiques journalistiques. Toutes ces questions seront abordées avant tout dans le contexte français, qui sera cependant mis en perspective par la présentation des évolutions majeures des médias dans certains pays occidentaux.

<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/79/PetitJournal1899.jpg>

Numérisation, information documentaire et société

(semestre 1 – L2 si suivi au sein de la mineure complète)



Pixabay / Gerd Altmann, <https://pixabay.com/fr/photos/hashtag-kaufmann-homme-d-affaires-3838907/>

Le cours aborde le développement des technologies d'information et de communication dans la société : émergence et constitution de réseaux d'information, présentation des organismes de diffusion de l'information documentaire et de l'information d'entreprise, introduction au secteur professionnel et aux métiers de l'information.

Écrire pour le *print* et le web

(semestre 2 – L2 si suivi au sein de la mineure complète)



Pixabay / Hebi B., <https://pixabay.com/fr/photos/google-www-recherche-en-ligne-485611/>

Le cours initie les participants aux techniques journalistiques de sélection, de mise en forme et de hiérarchisation de l'information, tout en interrogeant les enjeux économiques, sociaux, culturels et sémiotiques de ces pratiques d'écriture. Au-delà des principes de rédaction communs, on traitera des différences entre chaîne graphique *print* et chaîne de production *web*, avec leurs outils (chemin de fer/arborescence, référencement naturel), ainsi que des genres spécifiques à chacun des supports (notamment : plaquette, communiqué et dossier de presse / site, *Newsletter*, article en ligne, publications et modération sur les réseaux sociaux numériques).

Usages des nombres en journalisme et en communication

(semestre 2 – L2 si suivi au sein de la mineure complète)



Pixabay / eak_kkk, <https://pixabay.com/fr/photos/lego-jouets-figurines-foule-1044891/>

L'information "chiffrée" a pris une place croissante dans les supports de communication et les médias d'information. Ce cours aborde les étapes, les formes, les facteurs et les enjeux principaux de ce phénomène. Il permettra également aux participants d'affûter leurs compétences pratiques pour mieux appréhender les nombres avancés dans différentes sources et pour mobiliser eux-mêmes de telles données, dans un cadre académique ou en tant qu'apprenti-communicant ou -journaliste. L'approche pédagogique retenue vise la progression de tous les étudiant-e-s, quel que soit leur niveau initial ou leurs éventuelles réticences en mathématiques.

Quand ?

Créneaux horaires et dates pour l'examen communiqués à titre indicatif, sous réserve de modifications ultérieures. Vérifier les créneaux horaires définitifs et les salles sur l'interface ADE.

1^{er} semestre

1er semestre	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
08:30					
09:30					
10:30					
11:30					
12:30					
13:30	L2 - Histoire de la presse et du journalisme			L1 - Théories de la communication médiatique	
14:30	13h30-15h30			13h30-15h30	
15:30					
16:30					
17:30	L2 - Numérisation, information documentaire et société			L1 - Communication des organisations	
18:30	17h30-19h30			17h30-19h30	
19:30					

Enseignements sur 12 semaines, de la semaine 1 ou 2 à la semaine 12 ou 13 (voir calendrier UGA)

Examen sur table la semaine du 3 janvier sur le créneau du cours

2^{ème} semestre

2ème semestre	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
08:30					
09:30					
10:30					
11:30					
12:30					
13:30	L2 - Usages des nombres en journalisme et en communication			L1 - Médias audiovisuels d'hier à aujourd'hui	
14:30	13h30-15h30			13h30-15h30	
15:30	L2 - écrire pour le print et le web			L1 - Socio-économie de l'internet et du numérique	
16:30	15h30-17h30			15h30-17h30	
17:30					
18:30					
19:30					

Enseignements sur 12 semaines, de la semaine 1 à la semaine 12 (voir calendrier UGA)

Examen sur table la semaine du 2 mai sur le créneau du cours

ENSEIGNEMENTS TRANSVERSAUX À CHOIX (ETC)

Pour qui ?

Les enseignements transversaux à choix offerts par le département des Sciences de l'information et de la communication sont accessibles à tous les étudiants dont le cursus prévoit un ou plusieurs « ETC », ainsi qu'aux étudiants internationaux en programme d'échange. La plupart des cours proposés s'adressent aux étudiants de licence, de la L1 à la L3. Toutefois, pour des raisons pédagogiques, certains enseignements ne sont accessibles qu'à partir de la L2. Enfin, certains enseignements s'adressent également à des étudiants plus avancés (jusqu'au Master 2).

Si leur année d'études correspond à celles prévues (et spécifiées ci-dessous pour chaque enseignement), il suffit aux étudiants intéressés de sélectionner l'ETC choisi lors de leur inscription pédagogique, en s'y prenant tôt de préférence. La capacité d'accueil est en effet limitée à 150 inscrits pour les cours magistraux et à 24 inscrits pour les travaux dirigés (une fois ces capacités d'accueil atteintes, les inscriptions ne sont, en règle générale, plus possibles).

Dans certaines filières, il est possible de suivre à la fois des [enseignements de mineure ou d'ouverture](#) en information-communication & des ETC du même domaine décrits ci-dessous.

Pour quoi faire ?

Ces enseignements sont conseillés :

- pour satisfaire votre curiosité intellectuelle sur différents phénomènes de communication & découvrir les sciences de l'information et de la communication en complément votre discipline principale ;
- et/ou pour certains d'entre eux, acquérir des repères, démarches et compétences opérationnelles mobilisables dans les **activités liées à la communication, à la médiation et à l'éducation** ;
- et/ou en vue de valoriser les acquisitions réalisées à travers un supplément au diplôme si vous validez plusieurs ETC rattachés à un même pôle thématique au cours de votre cursus de licence ou master ;
- et/ou pour préparer une orientation future vers une L3 ou un Master en journalisme ou en communication, soit pour « remplacer » une mineure en information-communication (principalement si une telle mineure n'est pas proposée dans votre filière), soit en complément de celle-ci. Avoir suivi un ou plusieurs ETC en information-communication à l'UGA constitue notamment un atout dans un dossier de candidature pour la [L3 information-communication](#).

Comment ça se passe ?

En dehors des travaux dirigés (qui comportent un volet important de mise en pratique et accueillent un maximum de 24 participants), il s'agit de cours magistraux accueillant jusqu'à 150 inscrits, évalués par un examen sur table ou un dossier en fin de semestre. Une place plus ou moins importante selon les cours est laissée à l'intervention active des participants (voir les descriptifs détaillés).

Tous les cours se déroulent sur le campus de Saint-Martin-d'Hères, à raison de 2h par semaine sur 12 semaines (soit un volume horaire total de 24 heures), le jeudi après-midi ou du lundi au vendredi de 17h30 à 19h30 ; les créneaux horaires définitifs sont communiqués au plus tard en début de semestre universitaire.

Sur quoi ?

1 –Approches introductives générales



Image par Bronisław Drózka de Pixabay
<https://pixabay.com/fr/photos/peinture-peinture-commerciale-390089/>

Information et communication dans les sociétés contemporaines (Cours magistral, L1 / L2 / L3)

Le propos de ce cours est de poser des questionnements sur les rapports entre pratiques de communication, médias, dispositifs numériques de communication et société. Notamment en analysant des types variés de pratiques d'écriture (écrits journalistiques, scientifiques et techniques, hypertextuels). L'objectif est de proposer des outils pour comprendre l'évolution récente de la communication dans les différents domaines de la société, en faisant appel aux travaux et recherches en sciences de l'information et de la communication.

Il s'agira d'analyser les stratégies menées sur le terrain de la communication par les principaux acteurs concernés (organisations, administrations et collectivités publiques, composantes de la "société civile", institutions culturelles et scientifiques...), et comprendre comment sont mises en correspondance ces stratégies avec les usagers qui en sont la cible. En d'autres termes, savoir penser et analyser les relations entre producteurs et consommateurs-usagers.

Rumeurs et commérages sous l'œil des Sciences de la communication (Cours magistral, L1 / L2 / L3)

Les rumeurs sont souvent assimilées aux fausses nouvelles (*fake news*) et leurs colporteurs considérés de manière accusatrice ou condescendante. Le cours propose de dépasser cette approche réductrice, en revisitant la définition et les rouages du phénomène à l'aide de quelques textes classiques des sciences sociales.

Ces derniers

- analysent le cas précis d'une légende urbaine ayant circulé à l'échelle d'une ville voire d'une nation (Edgar Morin et col., *La Rumeur d'Orléans*) ou celui de ragots discriminatoires au sein d'une communauté locale (Norbert Elias, *The Established and The Outsiders*) ;
- se penchent sur l'utilisation de potins dans les conversations (Erving Goffman, « *Safe Supplies* ») ;
- ou encore montrent comment une simple conjecture partagée peut exercer de puissants effets dans la réalité (Robert King Merton, « *The Self-fulfilling Prophecy* »).

Ces contributions seront confrontées entre elles et à des épisodes plus récents de circulation de rumeurs, dans un contexte de défiance vis-à-vis des autorités publiques et des grands médias, mais aussi d'usage délibéré du *off (the record)* dans ces derniers.

2 - Les médias dans une perspective historique et internationale

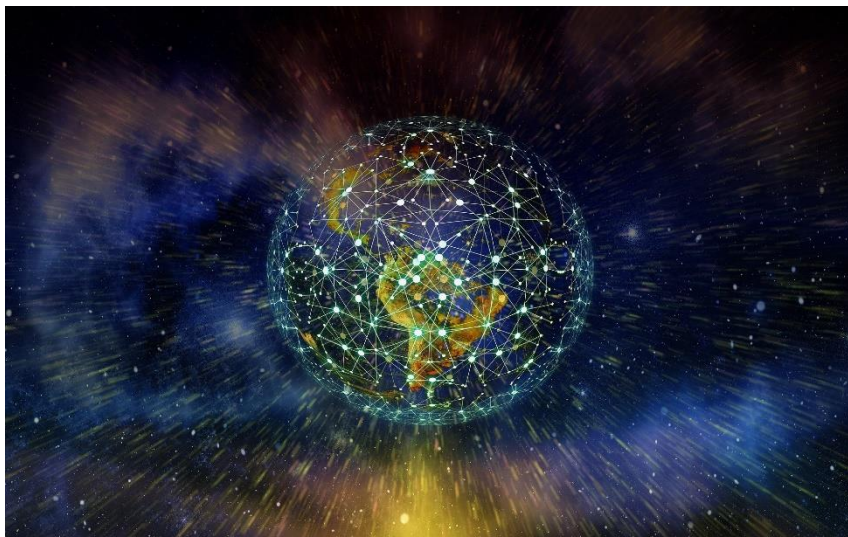


Image par Gerd Altmann de Pixabay

<https://pixabay.com/fr/illustrations/r%C3%A9seau-terre-cha%C3%Aene-de-blocs-globe-3537401/>

Des médias à l'internet, socio-histoire de la communication (Cours magistral, L1 / L2 / L3)

Les médias sont devenus des acteurs majeurs des sociétés contemporaines, au plan politique, économique comme culturel. Ce cours a pour objectif de fournir aux étudiants les connaissances fondamentales leur permettant de comprendre l'évolution des médias, d'appréhender leurs transformations, tant socio-économiques que socio-politiques.

Les mutations dues au contexte numérique seront abordées, présentant les bouleversements des productions comme des consommations. L'émergence et la transformation des différents types de médias et filières des industries culturelles seront abordées (TV, radio, cinéma, presse comme édition), à travers une présentation des principaux médias et des personnalités marquantes de l'histoire des médias.

La question d'une définition claire de l'internet et des médias contemporains et de leurs mutations sera ainsi posée.

Médias et questions internationales (Cours magistral, L1 / L2 / L3)

Ce cours a pour objectif de présenter les principaux acteurs, enjeux et problématiques des médias dans leur dimension internationale.

Plan général du cours :

Introduction générale : Mondialisation des médias : histoire, définition des termes (CM1)

Partie I : Médias, relations internationales, rivalités et influence

Introduction (CM2)

Chap. 1. La guerre idéologique – une guerre d'information : les communications internationales à l'époque de la guerre froide (CM2)

Chap. 2. L'action subversive des médias (CM3 + CM4)

Chap. 3. Médias et diplomatie (CM5)

Chap. 4. Médias et conflits armés (CM6)

Partie II : Médias, mondialisation et cultures

Introduction (CM7)

Chap. 5. Les cultures dans un monde globalisé (CM7+CM8)

Chap. 6. Les médias entre les cultures locales et les cultures globales (CM9+CM10)

Séance de révision (si temps) (CM11)

Examen (CM12)

3 – Analyse et sémiologie* des messages médiatiques (* on appelle sémiologie ou sémiotique l'étude des signes)

Analyser les messages médiatiques : études de cas (Cours magistral participatif, L1 / L2 / L3 / M1 / M2)

Cet enseignement analyse des séquences et des corpus médiatiques constitués de supports de différentes natures (articles de la presse écrite et web, émissions radio, vidéos, publications sur les réseaux sociaux numériques) autour de thématiques variées. La réflexion collective sera guidée par quelques grandes questions directrices :

- les informations évoquées sont-elles valides ?
- comment sont-elles racontées, mises en scène ?
- leur sélection et leur présentation sont-elles tributaires de partis pris idéologiques ou politiques ?
- comment le message médiatique parvient-il aux lecteurs, auditeurs, spectateurs, « followers » et comment est-il traité par ces derniers ?
- comment différents acteurs s'en emparent-ils pour en faire un étendard, un repoussoir, une source de prestige ou encore un support de sociabilité ?

Il s'agit ainsi de développer des attitudes et stratégies intellectuelles favorisant un usage éclairé des médias (ainsi que des réseaux sociaux numériques qui jouent un rôle d'infomédiation ou de courtage informationnel). Des notions issues notamment de la sociologie des médias, de la sémiologie (science des signes) ou encore de la psychologie cognitive (qui traite de la connaissance et des représentations mentales) seront mobilisées afin de mieux comprendre le poids exercé par certaines conditions de production, de diffusion et de réception des messages médiatiques.

Images, films, vidéos : comprendre et analyser (Cours magistral, L1 / L2 / L3)

Nous évoluons en permanence au sein d'un environnement d'images (des photos, des affiches, des tableaux dans les musées) et d'histoires racontées avec des images fixes (bandes dessinées) et surtout animées (cinéma, vidéo, jeux vidéo...).

Mais savons-nous les regarder vraiment ?

Ce cours se propose de donner quelques outils simples d'analyse pour "aiguiser le regard", comprendre comment les images et les histoires en images sont construites pour, peut-être, en produire soi-même un jour.



Image par Gerd Altmann de Pixabay

<https://pixabay.com/fr/illustrations/moniteur-vidiwall-big-screen-%C5%93il-1054708/>

Éduquer aux médias et à l'information : Pourquoi ? Comment ? (Cours magistral, L2 / L3 / M1 / M2)

S'adressant plus particulièrement aux étudiants qui se destinent au professorat, mais aussi à toute personne désireuse de réfléchir au rôle et à l'usage des médias, ce cours se penche sur les initiatives d'« éducation aux médias et à l'information » (EMI), promues notamment par le Ministère de l'Éducation Nationale et celui de la Culture.

Certaines actions d'EMI cherchent avant tout à prémunir les adolescents contre les dangers supposés des réseaux sociaux numériques pour les « canaliser » vers des médias réputés sérieux ; d'autres visent plutôt à sensibiliser aux liens entre les grands médias d'information et certains centres de pouvoir. Au-delà de la question de la validité des informations relayées, l'EMI peut s'intéresser à leur mise en scène et en récit, à la présence d'orientations idéologiques, à la réception individuelle des contenus ou encore à leur mise en débat et en circulation au sein de différents groupes. Chacune de ces approches privilégie certains épisodes de l'histoire des médias et certaines théories de la communication médiatique, qui seront explicités.

Derrière les activités pédagogiques emblématiques de chaque courant d'EMI, on peut ainsi identifier une vision – diagnostique et normative – des médias d'information, avec ses apports et ses angles morts. Les participants seront ainsi préparés à élaborer une séquence d'éducation aux médias destinée au public de leur choix, en prenant soin de définir leurs présupposés et leurs objectifs.



Image par Alex Strachan de Pixabay

<https://pixabay.com/fr/photos/pangolin-namibie-4926259/>

Communication publique, information et questions de santé (Cours magistral, L2 / L3 / M1 / M2)

Le cours se présente en 3 parties de 8h avec 3 intervenants différents :

- La première partie, consacrée à la communication publique, s’appuie sur l’analyse de diverses campagnes de prévention pour la santé publique (tabac, dépistage cancer, nutrition, sida), dont on appréhendera les acteurs et les leviers supposés.
- La deuxième partie s’attache à l’étude des controverses socio-scientifiques autour des enjeux de santé publique. On montrera comment une controverse initialement scientifique devient un problème public et cristallise des oppositions autour d’enjeux collectifs antagonistes.
- La troisième partie s’intéresse aux pratiques

informationnelles et aux sources d’information dans le domaine de la santé : information médicale scientifique validée, information publique à l’intention des professionnels de santé, information grand public relayée par les médias. Cette profusion d’information pose la question de savoir comment se construit la confiance envers l’information, quelles conséquences cela entraîne sur les relations patients-médecins et sur la manière dont s’élaborent les connaissances profanes en santé.

Sciences, vulgarisation et médiation

(TD, L2 / L3 / M1 / M2)

Ces travaux dirigés proposent aux étudiants de licence et master de découvrir le champ de la culture et de la communication scientifiques, à travers une initiation à la vulgarisation et à la médiation scientifique. Ces ETC s’appuieront sur de nombreux exercices pratiques et des rencontres avec des professionnels (doctorants, communicants, journalistes, médiateurs...). Chaque TD peut être suivi indépendamment de l’autre. Le programme détaillé est présenté ci-dessous.

Introduction à la vulgarisation scientifique (2h) : pratiques et enjeux de la vulgarisation scientifique, lien avec l’actualité

Mise en pratique - Écriture de vulgarisation (8h) : bases de l’écriture de vulgarisation et réalisation d’un article (ou d’une capsule sonore) qui vulgarise un sujet. Les contenus seront publiés sur la plateforme Echosciences.

Introduction à la médiation scientifique (2h) : usages et enjeux de la médiation scientifique

Mise en pratique – Réalisation d’une animation (8h) : bases de la médiation scientifique, conception et animation d’une séquence de médiation, tournage d’une vidéo diffusée sur le compte Twitter dédié à l’ET

Séance d’ouverture (2h) : speed-dating avec des professionnels de la culture et de la médiation scientifique

Sciences, journalisme et réseaux sociaux

(TD, L2 / L3 / M1 / M2)

Introduction au journalisme scientifique (2h) : enjeux de la communication et du journalisme scientifiques, lien avec l’actualité

Mise en pratique - Écriture journalistique (8h) : bases de l’écriture journalistique, interviews de doctorants et rédaction de portraits qui seront publiés sur la plateforme Echosciences.

Les portraits réalisés l’an passé sont disponibles ici : <https://www.echosciences-grenoble.fr/dossiers/portraits-de-doctorant-e-s>

Introduction aux réseaux sociaux (2h) : usages et enjeux des réseaux sociaux en communication scientifique

Mise en pratique – Réseaux sociaux (8h) : bases de la communication scientifique, prise en main des réseaux sociaux et notamment d’un compte Twitter dédié à l’ETC, veille et création de contenus

Séance d’ouverture (2h) : speed-dating avec des professionnels de la communication / du journalisme / de la médiation scientifiques

Quand ?

Créneaux horaires communiqués à titre indicatif, sous réserve de modifications ultérieures. Vérifier les créneaux horaires définitifs et les salles sur l'interface ADE.

1^{er} semestre

1 ^{er} semestre	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI
08:30				
09:30				
10:30				
11:30				
12:30				
13:30				Information et communication dans les sociétés contemporaines 13h30-15h30
14:30				Rumeurs et commérages sous l'œil des Sciences de la communication 15h30-17h30
15:30				
16:30				
17:30	éduquer aux médias et à l'information 17h30-19h30	Sciences, vulgarisation et médiation 17h30-19h30	Médias et questions internationales 17h30-19h30	Communication publique, information et questions de santé 17h30-19h30
18:30				
19:30				

Enseignements sur 12 semaines, de la semaine 1 ou 2 à la semaine 12 ou 13 (voir calendrier UGA), évaluation comprise (dernière séance).

2^{ème} semestre

2 ^{ème} semestre	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI
08:30				
09:30				
10:30				
11:30				
12:30				
13:30				
14:30				
15:30				
16:30				
17:30	analyser les messages médiatiques 17h30-19h30	Sciences, journalisme et réseaux sociaux 17h30-19h30	Des médias à l'internet, socio-histoire de la communication 17h30-19h30	Images, films, vidéos : comprendre et analyser 17h30-19h30
18:30				
19:30				

Enseignements sur 12 semaines, de la semaine 1 à la semaine 12 ou 13 (voir calendrier UGA), évaluation comprise (dernière séance).

Fiches détaillées à retrouver sur la [page « Les enseignements transversaux à choix \(ETC\) interdisciplinaires » du site UGA](#).

LICENCE 3 INFORMATION-COMMUNICATION

Organisation et contenu

La licence 3 information - communication se prépare en 1 an ; elle est composée de 2 semestres. Elle est validée par l'obtention de 60 crédits ECTS, 30 crédits par semestre. Elle comprend **2 parcours distincts** : le parcours « Orientation Communication » accueille 60 étudiants ; le parcours « Orientation Journalisme » accueille 20 étudiants.

La quasi-totalité des enseignements a lieu au sein de l'**Institut de la Communication et des Médias**, situé en face de l'Hôtel de ville d'Échirolles. L'ICM est directement desservi par le tram B (arrêt La Rampe) et dispose notamment de plusieurs espaces de convivialité, d'une bibliothèque spécialisée, de salles informatiques équipées de logiciels professionnels (PAO, montage), d'une régie de prêt de matériel audiovisuel.

Les cours peuvent s'y dérouler du lundi au vendredi entre 8h30 et 17h30, à raison de 20h à 21h d'enseignement par semaine en moyenne, de **début septembre à début mai** (en dehors des semaines d'interruption pédagogique prévues dans le calendrier pédagogique de l'UGA).

Les cours magistraux accueillent de 60 à 80 étudiants ; les groupes de travaux dirigés sont limités à 20 participants. L'équipe, avec la contribution essentielle du Bureau des Élèves de l'ICM, apporte une attention particulière à l'intégration des étudiants, notamment via un système de parrainage.

Plus que la seule acquisition de compétences techniques, la licence 3 information-communication vise à développer des exigences de rigueur et d'ouverture intellectuelles en vue d'analyser les phénomènes de communication et d'en être un acteur responsable.

Au cours du **premier semestre** (semestre 5 de la licence), le **tronc commun** comprend les enseignements suivants.

1°) 80 heures de cours magistraux en **Sciences de l'information et de la Communication**, consacrés à des champs particuliers de la communication (Communication publique et politique ; TIC en Communication des organisations ; Industries culturelles ; Acteurs de la médiation culturelle et scientifique) et dispensés par des enseignants exerçant des responsabilités dans les Masters correspondants. Ces enseignements permettent de consolider la culture générale, la compréhension du monde contemporain et la connaissance de certains de ses acteurs essentiels, mais aussi de préparer les futurs choix d'orientation (parcours de Master communication, spécialisation sectorielle éventuelle en journalisme).

2°) 80 heures environ d'**ateliers pratiques** pour développer ses aptitudes au travail en commun, connaître les bases du droit de la communication, s'initier ou se perfectionner en graphisme/PAO, en conception-réalisation vidéo, ainsi qu'en conception-réalisation de sites web.



ICM-UGA, Échirolles | Monkey Bird, <https://www.streetartfest.org/oeuvres/icm-uga-echirolles-monkey-bird/>

Au cours du **deuxième semestre** (semestre 6 de la licence), le **tronc commun** comprend les enseignements suivants.



Pixabay / Alexas_Fotos, <https://pixabay.com/fr/photos/%C3%A9quipe-travail-d-%C3%A9quipe-ensemble-3393037/>

1°) Un **Projet tuteuré** intensif en petit groupe, concentré sur le mois de janvier, qui consiste à produire différents livrables en réponse aux besoins d'un commanditaire réel (entreprise, association, administration), en bénéficiant d'un accompagnement stratégique et méthodologique. Chaque étudiant choisit parmi plusieurs projets proposés (rattachés aux champs de la communication abordés au semestre précédent, ainsi qu'au journalisme). Les étudiants qui le souhaitent peuvent

être dispensés de participer aux projets tuteurés et effectuer à la place un stage (de 3 à 6 semaines) entre l'interruption pédagogique de Noël et la fin du mois de janvier. L'expérience menée (projet tuteuré ou stage), restituée lors de soutenances orales, permet de progresser en conduite de projet, de se frotter à la stratégie de communication et/ou à la conception-rédaction d'un support d'information, d'appliquer et d'approfondir les compétences pratiques acquises au semestre précédent.

2°) 80 heures de cours magistraux en **Sciences de l'information et de la communication** abordant des thématiques transversales : Management de l'information et usages, Champ médiatique (acteurs et stratégies), Sémiotiques, Enjeux communicationnels des écritures contemporaines. Ces enseignements fournissent des repères, des pistes de réflexion et des outils d'analyse pour aborder les pratiques professionnelles visées par nos futurs diplômés.

Tout au long des 2 semestres, le cursus est complété par :

- un enseignement en **anglais** délivré à l'ICM et spécialement décliné en lien avec l'information-communication ;
- un enseignement d'**ouverture** (dispensé sur le campus de Saint-Martin-d'Hères) au choix : 2^{ème} Langue vivante étrangère, sport noté, ou Enseignement Transversal à Choix sélectionné au sein d'une offre couvrant la plupart des disciplines enseignées à l'Université Grenoble Alpes ainsi que des domaines interdisciplinaires (conduite de projets d'innovation, pratiques et expériences artistiques, engagement et citoyenneté...).

À l'initiative de l'étudiant, il est également possible de mener des stages sous convention dits complémentaires sur les périodes libres de cours (interruptions pédagogiques ; demi-journées libres de cours ; entre mai et août).

En plus de ce tronc commun, les étudiants du **parcours « Orientation journalisme »** suivent chaque semestre 72 heures de travaux dirigés, coordonnés par le département Journalism (École de Journalism De Grenoble). Ces enseignements abordent les pratiques du journalisme et préparent aux épreuves et/ou à la constitution du dossier en vue d'un recrutement en école de journalisme. L'atteinte de cet objectif requiert un travail personnel important et régulier.

Les étudiants du **parcours « Orientation Communication »** suivent quant à eux environ 80 heures par semestre d'enseignements spécifiques constitués pour moitié du volume horaire de cours magistraux, étroitement associés à des travaux dirigés (pour l'autre moitié du volume horaire). Ils développent ainsi un solide socle de compétences dans les domaines suivants :

- management de l'information, pratiques de veille et recherche documentaire ;
- méthodes d'enquête et d'analyse qualitatives et quantitatives ;
- rédaction et expression orale ;
- écriture multi-supports et design d'information.

Tableau synthétique des enseignements

Unités d'Enseignements	1 ^{er} semestre	2 ^{ème} semestre
UE1 – Sciences de l'information et de la communication (9 ECTS, 80 heures par semestre)	CM Acteurs de la communication publique et politique CM TIC en communication des organisations CM Industries culturelles CM Acteurs de la médiation culturelle et scientifique	CM Management de l'information et usages CM Champ médiatique : acteurs et stratégies CM Sémiotiques CM Enjeux communicationnels des écritures contemporaines
UE2 – 1 ^{er} semestre Outils (6 ECTS, 81 heures) / 2 ^{ème} semestre Pratique (6 ECTS, 24 heures)	TD Méthodes de travail collaboratif & insertion professionnelle CM Droit de la communication & des médias CM + TD Bases du graphisme et réalisation graphique CM + TD Conception-réalisation vidéo CM + TD Création de site web	TD Stratégies et méthodes Projet tuteuré ou stage
UE3 – Ouverture (6 ECTS, 48 heures par semestre)	TD anglais ETC / Sport / LVE 2	TD anglais ETC / Sport / LVE 2
UE4 – Méthodes Parcours Orientation Communication (9 ECTS par semestre, 88 heures au 1 ^{er} semestre / 72 heures au 2 ^{ème} semestre)	CM Méthodes d'enquête CM + TD Pratiques de veille CM + TD Traitement de données TD Rapport de synthèse	CM Analyse argumentative CM Design d'information TD Écriture multi-supports & expression orale TD Visualisation de données
Ou UE4 – Méthodes Parcours Orientation Journalisme (9 ECTS, 72 heures par semestre)	TD Actualité et culture générale TD Analyse de l'information TD Écritures journalistiques	TD Actualité et société TD Connaissance de la profession TD Formats journalistiques

Poursuite d'études et débouchés

Plus des 3/4 des diplômés de la licence Information et communication poursuivent leurs études en Master, notamment à l'Université Grenoble Alpes en :

- Master Information et communication (admission sur dossier et entretien), dans l'un des parcours suivants
 - Information Communication publique et médias
 - Communication politique et institutionnelle
 - Communication d'entreprise (classique / alternance / pour étudiants internationaux)
 - Communication et culture scientifiques et techniques
 - Audiovisuel et médias numériques
- Master Journalisme (EJDG) sur concours
- Master Diffusion de la culture (admission sur dossier et entretien)

La licence ouvre également la voie aux concours administratifs de catégorie A et, selon le profil du diplômé, à une insertion professionnelle directe sur des fonctions polyvalentes ou plus spécialisées : chargé d'études, chargé de mission, assistant communication, chargé des relations publiques, etc.

Conditions d'accès à la formation



Pixabay / Free-Photos, <https://pixabay.com/fr/photos/panier-boule-jeu-%C3%A9quipement-801708/>

L'accès se fait à un niveau bac+2 validé (L2, CPGE, BTS, DUT...), la formation offerte étant une 3e année de licence (L3). **Dans tous les cas, il faut déposer un dossier de candidature** via l'application e-candidat (étudiants Europe, Andorre, Monaco, Suisse) ou via Campus France pour les étudiants étrangers résidant dans certains autres pays. Se reporter à la page [« Candidater et s'inscrire »](#) du site UGA.

Attention : vous candidaterez pour un seul des 2 parcours (Orientation Communication ou Orientation Journalisme).

Calendrier (candidatures pour l'année universitaire 2021/2022) pour les candidats relevant de la plateforme e-candidat

Ouverture des candidatures sur la plate-forme e-candidat : 3 mai 2021

Fermeture : 4 juin 2021

Publication des résultats (liste principale et liste complémentaire) : 15 juin 2021

Date-limite de confirmation de l'inscription pour les candidats admis sur liste principale : 22 juin 2021

Admission de candidats sur liste complémentaire : au fil de l'eau, principalement entre le 16 juin et le 16 juillet (**les candidats admis sur liste complémentaire disposent de 5 jours pour confirmer leur inscription**)

Sans confirmation de votre part 5 jours après notification de votre admission, le désistement est automatique. Toutefois, si vous renoncez à votre admission, nous vous remercions de vous désister manuellement le plus tôt possible, afin de faciliter le traitement de la liste complémentaire.

D'autre part, si vous confirmez votre inscription par précaution dans l'attente du résultat d'admission à une autre formation, il est impératif d'en informer par courriel la gestionnaire pédagogique et la direction de la licence, en indiquant la date à laquelle risque d'intervenir votre désistement tardif ; vous adresserez bien entendu un nouveau courriel à cette date pour faire état de l'issue définitive.

Rentrée et début des enseignements (présence obligatoire) : 2 septembre 2021

L'admission est de droit pour les étudiants titulaires d'une L2 de même mention (information-communication) obtenue en France (sous réserve du dépôt des pièces justificatives sur e-candidat).

Pour les étudiants titulaires d'une L2 dans un autre domaine ou d'une formation hors LMD (CPGE, BTS, DUT... quel que soit le domaine), l'admission dépend de l'examen du dossier.

Dans ce cadre, peuvent candidater :

- les étudiants issus d'une L2 de l'Université Grenoble Alpes avec la [mineure Information-Communication](#) ;
- les étudiants issus d'une L2 de l'Université Grenoble Alpes ayant suivi des [enseignements d'ouverture](#) et/ou des [ETC en Information-Communication](#) ;

- les étudiants étrangers issus du diplôme universitaire préparatoire à la L3 de l'Université Grenoble Alpes ;
- les étudiants issus de tout autre cursus leur permettant de valider un niveau bac+2 avant l'entrée en L3 information-communication. En particulier, il est tout à fait possible de candidater en ayant suivi une formation antérieure sans aucun lien avec l'information-communication, à condition de disposer d'un niveau académique satisfaisant et de fonder sa candidature sur des apprentissages hors cursus et/ou sur un projet sérieux.

Conseils pour le dossier de candidature

Il faudra fournir vos **relevés de notes** depuis l'obtention du baccalauréat ou équivalent ; si le relevé de notes du dernier semestre/trimestre de l'année universitaire en cours n'est pas encore disponible, l'indiquer sur la dernière page du document pdf, mais impérativement présenter les résultats du (des) premier(s) semestre(s)/trimestres. Bien entendu, la qualité du dossier académique intervient dans la décision de la commission (notes obtenues notamment lors de la dernière année, classement dans la promotion).

Votre **lettre de motivation** doit montrer que vous connaissez bien le cursus envisagé. Un bon moyen pour postuler en toute connaissance de cause est d'avoir échangé avec des étudiants des promotions précédentes sur leur expérience (en tenant compte, toutefois, des modifications intervenues dans le cursus à la rentrée 2021/2022). Il faut nous convaincre que vous tirerez pleinement profit des enseignements proposés. Il est contre-productif de répéter votre CV, d'énumérer toutes vos qualités, ou de chanter les louanges de la formation. Avancez des arguments concrets et précis, correspondant à votre cas personnel. Rédigez de manière claire et correcte quant au lexique, à la syntaxe et à l'orthographe.

Le **Curriculum Vitae** est un document synthétique d'1 page (recto simple) retraçant votre parcours et vos compétences académiques, mais aussi vos expériences professionnelles ou préprofessionnelles, quelle que soit leur nature (stages, activités associatives, emplois, projets...). Il est possible d'intégrer un lien vers un site ou une page web. La mise en page doit être efficace et soignée (sans nécessairement faire appel à un logiciel professionnel de PAO).

Votre lettre de motivation et votre CV sont la vitrine de compétences essentielles pour de futurs communicants ou journalistes (sélection et structuration de l'information en tenant compte du récepteur visé, expression écrite, conception et réalisation graphique...). Démontrez vos aptitudes dans ces domaines à travers ces deux documents.

Il est utile (mais non obligatoire) de joindre au dossier une à deux **lettre(s) de recommandation** émanant d'un enseignant, d'un maître de stage ou d'un employeur.

Descriptif des différents enseignements de L3 Information-Communication

L'équipe pédagogique assurant les enseignements est composée :

- d'enseignants-chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication (principalement maîtres de conférence et professeurs) ;
- de professeurs certifiés ou agrégés (Lettres modernes, Sciences sociales, Arts appliqués, Anglais) ;
- de professionnels intervenant dans leur domaine de spécialité (journaliste, vidéaste, responsable communication ...).

UE1 – Sciences de l'information et de la communication – 1er semestre

CM Acteurs de la communication publique et politique (20h)

Le cours visera à présenter les différents acteurs du secteur de la communication politique et de la communication publique, notamment de la communication publique territoriale. Il s'agira d'identifier les niveaux d'actions selon les échelles mobilisées par ces acteurs pour l'élaboration et la diffusion de leurs communications (locales, régionales, nationales, internationales).

CM TIC en communication des organisations (20h)

Le cours a pour objectif d'analyser les pratiques et les usages des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication) à différentes échelles : dans les rapports individuels, dans les organisations privées (notamment par rapport à l'intégration d'une innovation sur un marché) et dans le champ politique. Il s'agit surtout de déconstruire et de discuter un certain nombre de présupposés qui entourent les TIC comme moteur de phénomènes sociaux et de ruptures des normes traditionnelles ; d'effets sur les pratiques des consommateurs ou sur les opinions des citoyens. In fine, le cours tend à démontrer que l'appropriation des TIC dans les organisations et le corps social en général est un processus complexe, parfois vouée à l'échec et de souligner la permanence de pratiques sociales dans une culture donnée.

CM Industries culturelles (20h)

Cet enseignement constitue une initiation à l'analyse socio-économique des industries culturelles (édition, cinéma, audiovisuel, musique enregistrée, jeux vidéo, etc). Il vise à présenter les outils conceptuels et méthodologiques permettant d'aborder ces organisations et ainsi familiariser les étudiants avec les données et les problèmes socio-économiques des marchés de la culture, de l'information et de la communication. Il s'agit également d'identifier les logiques autour desquelles s'articulent leurs évolutions récentes ainsi que les enjeux dont elles sont porteuses.

CM Acteurs de la médiation culturelle et scientifique (20h)

Ce cours a pour objet de favoriser une connaissance du champ culturel et de ses pratiques professionnelles, plus particulièrement dans le domaine de la médiation. Les fonctions de la médiation culturelle sont en effet diverses, et les structures où elle se développe extrêmement variées : musées, festivals, théâtres, bibliothèques, lieux patrimoniaux, centres de culture scientifique, etc.

Il vise à éclairer l'action des acteurs de la médiation, qui se situent à l'interface entre producteurs, publics et institutions, et qui concourent à la diffusion culturelle, à l'action culturelle et à l'éducation culturelle non formelle, notamment par des rencontres avec des professionnels.

Il analyse l'émergence de nouveaux métiers issus du développement de fonctions et de compétences en pleine expansion du fait :

- de l'évolution de l'offre culturelle et des pratiques sociales qui y sont associées

- de l'évolution du statut de la science dans la société, des attentes et des critiques qu'elle suscite, du besoin de plus en plus prégnant de participation aux décisions publiques en matière de retombées des recherches scientifiques et du développement technologique.

UE2 – Outils – 1^{er} semestre

TD Méthodes de travail collaboratif & insertion professionnelle (12h)

En période de rentrée, des ateliers sont organisés pour apprendre à se connaître au sein de la promotion, favoriser une communication interpersonnelle assertive, optimiser le travail de groupe dans ses différentes phases (divergence/convergence). Au cours du semestre, seront abordés les outils et démarches de candidature en Master ou en stage.

CM Droit de la communication & des médias (12h)

Ce cours sensibilise les participants à la dimension juridique de l'information et de la communication. On y abordera notamment le droit à l'image et le droit de la propriété intellectuelle, afin d'anticiper et de respecter les contraintes qui y sont liées dans la production et la diffusion de contenus.

CM (6h) + TD (12h) Bases du graphisme et réalisation graphique

L'enseignement propose d'identifier et d'expérimenter les constituants du design graphique : images, écrits et composition...Des exercices manuels et informatisés convoqueront les bases nécessaires pour construire un document de communication destiné à être imprimé. Une approche réflexive par "le faire" qui permet de questionner les rapports entre les écrits, les images et l'espace.

CM (6h) + TD (12h) Conception-réalisation vidéo

Les premières séances en CM viseront à identifier et comprendre les lois fondamentales de la réalisation filmique appliquées à tous les genres : reportage, fiction, documentaire, film institutionnel. Les séances en TD permettront de constituer une boîte à outils pour la production de contenus audiovisuels en suivant les 3 étapes du "workflow" : Écrire, filmer, monter. L'objectif sera de réaliser un format court en utilisant du matériel professionnel de tournage (caméra, micro, éclairage) et de montage (logiciels de post production).

CM (6h) + TD (12h) Création de sites web

L'enseignement aborde les notions-clés pour créer un site internet : hébergement, arborescence, normes W3C... Il propose une initiation ou un perfectionnement à la programmation html et css & à l'utilisation de systèmes de gestion de contenus (CMS). Selon leur niveau initial et leur motivation, les participants apprendront ainsi à créer un site statique ou dynamique (réalisation d'images animées).

UE3 – Ouverture – 1^{er} semestre

Anglais

Les travaux dirigés dispensés à l'Institut de la Communication et des Médias visent une progression dans les 4 domaines de la compréhension écrite, de la compréhension orale, de l'expression écrite et de l'expression orale. Supports et exercices balayent des thématiques variées et s'orientent vers des questions liées à l'information-communication. Les tâches de communication proposées sont de niveau B2. Pour les étudiants qui ne pourraient pas tirer profit de tels enseignements (en raison d'un niveau nettement inférieur ou nettement supérieur), une solution individualisée sera étudiée (avec la possibilité de suivre un autre TD d'anglais sur le campus de Saint Martin d'Hères).

UE4 – Méthodes Parcours Orientation Communication – 1^{er} semestre

CM Méthodes d'enquête (20h)

Après avoir fourni un rapide panorama des méthodes d'enquêtes, le cours formera principalement d'une part à la conduite d'entretien semi-directif (approche qualitative), d'autre part à la conception-rédaction d'un questionnaire (approche quantitative). On évoquera plus brièvement d'autres sources de données, en particulier l'*open data* et l'accès aux *datasets* issus de la statistique et de la recherche publiques.

CM (12h) + TD (12h) Pratiques de veille

Le cours présente tout d'abord la diversité des objectifs qui conduisent les organisations à développer des stratégies de surveillance. Il aborde plus particulièrement les enjeux info-communicationnels liés à ces pratiques, ainsi que l'évolution de la veille dans le champ de l'information. Les TD proposent de réaliser un plan de veille sur un sujet d'actualité et d'acquérir des compétences méthodologiques communes à tout type de veille : analyse des besoins, *sourcing*, choix de mots-clés, évaluation de l'information...

CM (12h) + TD (12h) Traitement de données

Il s'agit d'acquérir les bases pour « faire parler » - dans une optique statistique - des données structurées, que celles-ci soient, par exemple, issues d'une enquête par questionnaire, d'une source administrative, de traces de navigation sur internet, ou encore constituées manuellement. Les étudiants apprennent à prendre en main et à exploiter différents *datasets* ou jeux de données à l'aide d'un tableur (LO Calc et/ou MS Excel et/ou Google Sheets). À l'issue d'exercices de difficulté progressive, ils seront en mesure de nettoyer un fichier, de procéder à des recodages pertinents, de réaliser, de présenter et d'interpréter des analyses descriptives (tris à plat, indicateurs) et explicatives (tris croisés, indicateurs conditionnels). Ils se familiariseront également avec la construction d'un échantillon et l'extrapolation à une population parente plus large (calcul et signification d'un intervalle de confiance, test d'indépendance).

TD Rapport de synthèse (20h)

Pour s'initier à la recherche, les étudiants auront à rédiger un rapport de synthèse (dossier d'une trentaine de pages sur le thème de leur choix, à partir d'une petite enquête de terrain et de lectures scientifiques en information-communication, mais aussi professionnelles). Ils pourront ainsi approfondir leurs compétences en recherche documentaire, en compréhension de textes théoriques et en rédaction, tout en traitant un sujet qui les intéresse, possiblement en lien avec l'actualité.

UE4 – Méthodes Parcours Orientation Journalisme – 1^{er} semestre

TD Actualité et culture générale (24h)

Le cours prépare à la connaissance et au suivi de l'actualité tels qu'attendus en écoles de journalisme reconnues par la profession. Des tests d'actualité hebdomadaires porteront sur l'information locale, nationale et internationale. Lors de la correction, les éléments de réponse seront discutés et mis en relation avec des fondamentaux de culture générale, pour lesquels une bibliographie est proposée.

TD Analyse de l'information (24h)

Le TD forme au suivi et au décryptage de l'actualité en langues française et anglaise, en s'appuyant sur les méthodes de l'analyse du discours journalistique. On procédera à une analyse éditoriale de supports d'informations divers (presse écrite papier, en ligne, blogs, télévision, radio) et on se penchera sur la mise en scène de l'information (titre, Une, rubriques, genres). Le programme est susceptible d'adaptations afin de contribuer au mieux à la préparation des épreuves d'admissibilité et d'admission dans les écoles de journalisme.

TD Écritures journalistiques (24h)

Ce cours vise à faire acquérir les techniques de la rédaction de textes clairs et cohérents, de type journalistique, en vue de la préparation aux écrits des concours des écoles de journalisme. Après une présentation des impératifs de l'écriture journalistique, liés à la relation au lecteur (informer, vulgariser, intéresser, plaire) et aux genres journalistiques, le cours aborde les techniques de rédaction : les choix initiaux du rédacteur (le message essentiel, l'angle et le plan), les éléments d'habillage (titre, chapeau, attaque et chute, légendes), la place et la fonction de l'image dans le texte. Tout au long du semestre sont mis en place des entraînements à la rédaction, fondés sur les impératifs du style journalistique : l'efficacité (lisibilité, densité, clarté, brièveté), l'élégance et le rythme, la correction de la langue.

UE1 – Sciences de l'information et de la communication – 2ème semestre

CM Management de l'information et usages (20h)

Une première partie évoque les approches et les courants qui s'intéressent aux usages des systèmes d'information et des TIC, en s'appuyant sur plusieurs enquêtes abordant les pratiques informationnelles et culturelles, notamment celles de lecture. Une seconde partie s'intéresse à la place de l'information dans les organisations. Il s'agira d'identifier les fonctions des systèmes d'information et de comprendre différentes problématiques liées à la gestion des connaissances.

CM Champ médiatique : acteurs et stratégies (20h)

Après avoir défini les principales spécificités des médias et de leur fonctionnement, ce cours s'attachera à présenter les principales catégories d'acteurs du champ médiatique et les enjeux auxquels ils sont confrontés. Selon l'approche socio-économique, il s'agira de parler des médias surtout dans leur dimension organisationnelle et stratégique (ex. : les stratégies des grands groupes transnationaux de communication), mais les questions relatives à la production de l'information journalistique, à ses principaux acteurs ainsi qu'aux attentes à son égard dans une société démocratique par rapport à d'autres types de société seront également abordées.

CM Sémiotiques (20h)

Le cours aborde les principaux auteurs et théories sémiotiques afin d'en comprendre les spécificités, avantages ou incompatibilités dans leurs usages communicationnels en production ou analyse. Il s'agit ainsi d'étudier les concepts opératoires qui fondent les diverses démarches d'analyse sémiotique des objets, processus et dispositifs d'information et de communication.

CM Enjeux communicationnels des écritures contemporaines (20h)

Les écritures occupent une place majeure dans l'économie contemporaine des signes comme technologie intellectuelle, outil, formats et formes avec de forts enjeux communicationnels. Nous nous intéresserons à ces "énonciations éditoriales d'écran" dans leurs contextes passés et présents pour en éclairer les enjeux culturels, économiques, sociaux et plus encore politiques.

UE2 – Pratique – 2^{ème} semestre

TD Stratégies et méthodes (24h)

Ces TD forment à l'analyse du positionnement et du projet d'une structure, à la construction d'une stratégie et d'un plan de communication, d'une ligne éditoriale et d'un support d'information. La planification de la mise en œuvre et divers aspects de la gestion de projet sont également abordés selon les besoins.

Projet tuteuré ou stage

Confrontés à la demande exprimée par un commanditaire réel (association, entreprise, administration), les étudiants réunis en équipe disposent d'un mois dédié pour mener le projet, tout en bénéficiant d'un accompagnement méthodologique, stratégique et éventuellement technique. Les livrables sont présentés lors de soutenances. Chaque étudiant choisit parmi plusieurs projets proposés. Commanditaires et partenaires prévus pour l'année 2021/2022 (donnés à titre indicatif) : Parc Naturel Régional des Bauges et Office Français de la biodiversité ; Communauté de communes du massif du Vercors - Pôle Tourisme ; un ou plusieurs acteurs du monde de la culture ; Ville d'Échirolles – Service Communication / associations et commerces échirollois.

Les étudiants qui le souhaitent peuvent être dispensés de participer aux projets tuteurés et effectuer à la place un stage (de 3 à 6 semaines) entre l'interruption pédagogique de Noël et la fin du mois de janvier. Le stage fait alors l'objet d'un rapport et d'une soutenance.

UE3 – Ouverture – 2^{ème} semestre

Voir 1^{er} semestre

UE4 – Méthodes Parcours Orientation Communication – 2^{ème} semestre

CM Analyse argumentative (20h)

En s'appuyant sur différents courants (tradition philosophique, approche communicationnelle, pensée critique), il s'agit de mieux appréhender et évaluer les ressorts et les faiblesses d'une argumentation – ou d'un ensemble propositionnel qui se donne comme telle. Vous apprendrez par exemple à identifier un argument de cadrage et à repérer son talon d'Achille ou à distinguer un *modus ponens* d'un *non sequitur*. Appliquées à des débats et discours (célèbres ou plus récents) portant sur des thématiques variées, les grilles de lecture abordées pourront, à l'issue du cours, être mobilisées et transposées à des fins d'analyse de discours et pour perfectionner sa propre pratique de l'argumentation.

CM Design d'information (20h)

Si le design d'information, c'est-à-dire l'art d'allier qualité esthétique et efficacité fonctionnelle pour informer, s'est déployé dans de multiples domaines et en considérant plusieurs canaux sensoriels, on se focalisera essentiellement ici sur la communication visuelle de données statistiques. Le cours présentera les contributions de précurseurs et de théoriciens comme Jacques Bertin (*Sémiologie graphique*) et Edward Tufte (*The Visual Display of Quantitative Information*). Il abordera un large répertoire de graphes rencontrés aujourd'hui dans les supports d'information et de communication.

TD écriture multi-supports & expression orale (20h)

Ces séances font suite au travail engagé au premier semestre dans le TD Rapport de synthèse. Il s'agit de mettre en valeur et en perspective les résultats obtenus dans le rapport à travers un ou plusieurs support(s) libre(s) (vidéo, affiches, chanson, pièces de théâtre...). Plusieurs outils seront abordés pour concevoir la

production finale (scénario, planche tendance, pitch...). En vue de la soutenance, une attention particulière sera consacrée à l'expression orale, avec des exercices d'entraînement et de perfectionnement.

TD Visualisation de données (12h)

Dans le prolongement des TD Traitement de données et du CM Design d'information, les participants produiront ici des graphiques et autres formes de visualisations de données. Il s'agira d'explorer les possibilités offertes par différents outils logiciels, notamment des interfaces en ligne faciles d'utilisation comme *datawrapper*, *Plotly Chart Studio* ou *Infogram*. L'objectif d'une transmission efficace des informations pertinentes guidera la réflexion sur le choix du type de visualisation, son organisation, sa mise en forme et en contexte.

UE4 – Méthodes Parcours Orientation Journalisme – 2^{ème} semestre

TD Actualité et société (24h)

Cet enseignement s'inscrit dans la continuité du TD « Actualité et culture générale ». L'accent sera mis ici sur l'utilisation de différents supports, afin d'acquérir une connaissance large et diversifiée de l'actualité et plus particulièrement des questions de société.

TD Connaissance de la profession (24h)

Le cours décrira le fonctionnement des rédactions et du métier de journaliste. Il étudiera différentes entreprises de presse anglophones et francophones et traitera de différents profils de journalistes (journaliste de guerre, photoreporter...). Le programme est susceptible d'adaptations afin de contribuer au mieux à la préparation des épreuves d'admissibilité et d'admission dans les écoles de journalisme.

TD Formats journalistiques (24h)

Ce cours est orienté selon deux axes qui s'articulent l'un à l'autre et visent la préparation aux écrits des concours des écoles de journalisme. Il s'agit d'une part de savoir correctement lire et exploiter un article de presse : trouver rapidement les informations essentielles ou utiles, savoir percevoir et analyser la manière dont il traite l'actualité, éventuellement avec un parti-pris idéologique ou sous l'angle du sensationnalisme. Il s'agit d'autre part de développer les capacités de synthèse : lire efficacement et avec recul critique, hiérarchiser et organiser les informations, résumer clairement et efficacement. Le cours propose également des outils d'analyse iconographique, fondée sur l'interaction entre l'iconographie elle-même, son contexte et son lieu d'insertion dans un support de presse.

CONTACTS

Orientation : <https://www.univ-grenoble-alpes.fr/l-espace-orientation-et-insertion-professionnelle-oip-/l-espace-orientation-et-insertion-professionnelle-597876.kjsp>

Inscriptions pédagogiques pour la Mineure et les enseignements d'ouverture : enseignant-référent, gestionnaire pédagogique de votre discipline de rattachement

Gestion pédagogique de la mineure L1 L2 information communication : llasic-mineure-ic@univ-grenoble-alpes.fr

Enseignements Transversaux à Choix (ETC) : Service des Enseignements Transversaux <https://www.univ-grenoble-alpes.fr/formation/enrichir-son-parcours/personnaliser-votre-formation/les-etc-interdisciplinaires/les-enseignements-transversaux-a-choix-etc-interdisciplinaires-723382.kjsp>

Gestion pédagogique de la L3 information communication : Carine Billottet, 04 56 52 87 17, carine.billottet@univ-grenoble-alpes.fr, llasic-licence-IC@univ-grenoble-alpes.fr

Direction pédagogique des enseignements de mineure et de la L3IC : Joëlle Bourgin et Émilie Viossat, joelle.bourgin@univ-grenoble-alpes.fr, emilie.viossat@univ-grenoble-alpes.fr