

LIVRET PÉDAGOGIQUE
DE L'ÉTUDIANT

LI CEN CE

PROFESSIONNELLE

CHARGÉ·E
DE COMMUNICATION

COMMUNICATION DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES
ET DES ASSOCIATIONS

A photograph of a modern staircase with concrete walls and a black metal railing. The stairs have wooden treads. A small, cylindrical light fixture is mounted on the wall, casting a warm glow. The text "PRÉSENTATION DE LA FACULTÉ" is overlaid in large, white, bold letters.

PRÉSENTATION DE LA FACULTÉ

PRÉSENTATION DE LA FACULTÉ DES LETTRES, LANGUES ET SCIENCES HUMAINES

L'ÉQUIPE DE DIRECTION

Directrice : Lucie Gournay doyen-llsh@u-pec.fr

Directeurs adjoints :

- moyens : Damien zanone damien.zanone@u-pec.fr

- formations et vie étudiante :

Marie-Madeleine Huchet et Elisabeth Vialle dir.formations-llsh@u-pec.fr

- recherche : Emmanuel Fureix fureix@u-pec.fr

- relations internationales : Laure Gallouët laure.gallouet@u-pec.fr

RESPONSABLE ADMINISTRATIVE

Karine Bellance : ra-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 11 92

Secrétaire de direction : sec.direction-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 11 32

SCOLARITÉ ET EXAMENS

Accueil

Site Campus centre - bât. i, 1er étage, bureau i2 109

scola-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 11 79

Horaires d'ouverture :

Lundi, Mardi, Jeudi : 9h30 à 12h et de 14h à 16h.

Mercredi, Vendredi : 9h30 - 12h

Les étudiants pourront y trouver les :

- pochettes d'inscription administrative,
- attestations de réussite,
- certificats de scolarité,
- certificats d'assiduité,
- formulaires de demande d'équivalences internes à la Faculté,
- relevés de notes,
- informations concernant les calendriers, résultats d'examens et les sessions de rattrapage.

RELATIONS INTERNATIONALES

Dans le cadre d'accords de partenariat avec des universités étrangères, vous pouvez réaliser une partie de votre cursus à l'étranger en validant des crédits ECTS suivant le contrat d'études arrêté avant votre départ.

Contact : Vincent RONACH

Site Campus centre - bât. i, 1er étage, bureau i3 102

international-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 66 86

BUREAU D'AIDE À L'INSERTION PROFESSIONNELLE (BAIP)

Sa mission est d'informer et d'orienter les étudiants dans leur recherche de stage ou d'un premier emploi. Il est chargé de diffuser des offres de stages et d'emplois et accompagne les étudiants dans la signature des conventions. Il entretient des relations avec les acteurs socio-économiques et institutionnels de la région et développe des partenariats.

Contact : baip-llsh@u-pec.fr - 01 45 17 70 53

Site Campus centre - bât. i, 2e étage, bureau i3 219

LES DIRECTRICES ET DIRECTEURS DE DÉPARTEMENTS

DÉPARTEMENT D'ALLEMAND

Denis BOUSCH : bousch@u-pec.fr

DÉPARTEMENT D'ANGLAIS

Charlotte COFFIN : charlotte.coffin@u-pec.fr

Guillaume MARCHE : gmarche@u-pec.fr

DÉPARTEMENT DE COMMUNICATION

Stéphanie WOJCIK : stephanie.wojcik@u-pec.fr

DÉPARTEMENT DE GÉOGRAPHIE

Emmanuelle FAURE : emmanuelle.faure@u-pec.fr

Aline GARNIER : aline.garnier@u-pec.fr

DÉPARTEMENT D'HISTOIRE

Nicolas LAUBRY : nicolas.laubry@u-pec.fr

DÉPARTEMENT DE LANGUES ROMANES

Laura LEMA SILVA : laura.lemma-silva@u-pec.fr

DÉPARTEMENT DE LETTRES

Bernard GENDREL : bernard.gendrel@u-pec.fr

DÉPARTEMENT DE PHILOSOPHIE

Martin DUMONT - martin.dumont@u-pec.fr

DÉPARTEMENT DE LANGUES ÉTRANGÈRES APPLIQUÉES – SITE DE CRÉTEIL

Roxane BAUDUIN : direction.lea-creteil@u-pec.fr

Karine LAPEYRE : direction.lea-creteil@u-pec.fr

Roger NJIKI : direction.lea-creteil@u-pec.fr

DÉPARTEMENT DE LANGUES ÉTRANGÈRES APPLIQUÉES – SITE DE SÉNART

Virginie N'DAH-SEKOU : virginie.ndah-sekou@u-pec.fr

DÉPARTEMENT DE FRANÇAIS LANGUE ÉTRANGÈRE

dep.fle-llsh@u-pec.fr

Vera DELORME : vera.delorme@u-pec.fr

Anne-Laure RIGEADE : anne-laure.rigeade@u-pec.fr

Informations pratiques

Direction de la licence

François Leray
Université Paris-Est Créteil
Faculté des LLSH
Département de Communication politique et publique
tél. +33 (0)6 43 03 79 73
francois.leray@u-pec.fr

Anne Granger
Université Paris-Est Créteil
Faculté des LLSH
Département de Communication politique et publique
granger@u-pec.fr

Secrétariat de la licence

Marion Denis
tél. +33 (0)1 45 17 11 89
marion.denis@u-pec.fr

Scolarité

Les apprenti·es sont inscrit·es en Faculté des Lettres, Langues et Sciences Humaines, au département de Communication politique et publique.

Échanges avec la direction de la formation

Questions collectives

En début d'année, les apprenti·es élisent **deux délégué·es** qui sont chargé·es de la communication entre la promotion et la direction.

Questions individuelles

Les apprenti·es sollicitent un rendez-vous auprès des responsables, par mail.

Organisation de l'apprentissage

Les apprenti·es sont salarié·es à temps plein, à l'université et dans l'organisation employeur. La présence sur le lieu de travail et sur le lieu d'étude est obligatoire. Toute absence doit être justifiée dans les 48 heures par un ARRET DE TRAVAIL en cas de maladie. Les autres cas d'autorisation d'absence sont la convocation à un examen à caractère obligatoire (permis de conduire par exemple), le décès d'un proche, les fêtes religieuses publiées au journal officiel de la république française. Conformément à la réglementation un relevé mensuel de présence est envoyé à l'employeur de chaque apprenti. Les absences non justifiées peuvent faire l'objet d'une retenue sur salaire.

Chaque apprenti·e est suivi·e dans son parcours de formation par un·e tuteur·rice pédagogique à l'université et par son maître d'apprentissage dans l'organisme employeur. Le·la tuteur·rice pédagogique effectue une visite en entreprise dans les six premiers mois de la formation. Une deuxième et une troisième rencontre ont lieu à la faveur des soutenances du projet tutoré et du mémoire

Présentation de la formation

La licence « Communication des collectivités territoriales et des associations » vise à former

- Des assistant-es en communication pour les services de communication des organisations les plus importantes
- Des chargé-es de communication pour les organisations de moindre importance

Compétences recherchées

Les titulaires de la licence doivent être capables de collaborer à la conception et d'assurer la mise en œuvre et le suivi de la politique de communication de l'organisation employeur. Dotés d'une bonne compétence rédactionnelle et relationnelle, ils-elles maîtrisent les techniques de l'information et de la communication, savent organiser les relations avec la presse et, plus largement, contribuent au développement des relations publiques de l'association.

La formation vise donc à développer les compétences suivantes :

Savoir

- Connaître les institutions publiques et les associations
- Comprendre les principes et règles essentielles du droit de la communication
- Comprendre les enjeux des médias d'information et du journalisme
- Comprendre les principes et pratiques de la communication d'intérêt général
- Connaître les bases de la communication visuelle

Savoir-faire

- Participer au diagnostic de la communication
- Participer à l'élaboration d'un plan de communication
- Suivre les relations avec les partenaires
- Organiser des événements
- Organiser et suivre les relations avec la presse
- Concevoir, rédiger et mettre en forme l'ensemble des supports de communication
- Maîtriser les outils de la chaîne graphique
- Maîtriser les outils web
- Conduire et évaluer un projet de communication

Savoir-être

- Négocier
- Gérer les contraintes et les ressources
- Gérer la complexité et l'urgence
- Être autonome dans un contexte de délégation
- Avoir un sens éthique

Calendrier de la formation

Rentrée le 15 septembre 2025

Congés de fin d'année : 22 décembre 2025 au 5 janvier 2026

Atelier transverse : du 12 au 16 janvier 2026

Soutenances individuelles du projet tutoré : 30 mars 2026

Soutenances des mémoires professionnels : 3-4 septembre 2026

Organisation du diplôme

La formation est structurée en cinq unités d'enseignement qui répondent aux enjeux contemporains de la communication dans le secteur associatif et public :

- la première regroupe les enseignements liés à des **repères juridiques, socio-politiques et institutionnels** fondamentaux (institutions publiques, associations, médias d'information, droit de la communication, communication d'intérêt général) ;
- la seconde porte sur la **dimension stratégique** de la communication (diagnostic, conduite de projet, veille et relations presse) ;
- la troisième et la quatrième portent sur les **formes d'expression et de production de supports d'un point de vue analytique et pratique**.
- Les travaux tutorés réalisés en **autonomie** (atelier transverse, projet tutoré et stage) constituent la cinquième UE de mise en pratique.

Enseignements	Volume horaire	ECTS
UE 1 – Environnement : Institutions, associations, médias	91	12
UE 2 – Analyse et stratégie de communication	77	9
UE 3 – Langages et techniques (1)	98	9
UE 4 – Langages et techniques (2)	133	12
UE 5 – Pratique de la communication des associations et des collectivités	70	18

Programme des enseignements

ECTS	Disciplines concernées	compétences	Durée totale
<i>UE1 Environnement : institutions, associations, médias</i>			<i>91</i>
3	ECUE 1.1 : Les institutions publiques en France	Connaître les institutions publiques nationales et territoriales et savoir s'y situer	21
2	ECUE 1.2 : Histoire et fonctionnement des associations	Connaître le fonctionnement associatif et les relations des associations avec les institutions	14
2	ECUE 1.3 : Droit spécialisé : droit de la communication	Comprendre les principes et règles essentielles du droit de la communication	14
2	ECUE 1.4 : Journalisme et communication	Comprendre les enjeux de la communication médiatique et le travail des professionnels du journalisme	14
3	ECUE 1.5 : Communication publique et associative	Comprendre les principes et pratiques de la communication non-marchande et la notion d'intérêt général	28
<i>UE2 : Analyse et stratégie de communication</i>			<i>77</i>
3	ECUE 2.1 : Diagnostic et plan de communication	Réaliser un diagnostic de la communication Elaborer un plan de communication	28
2	ECUE2.2 : Stratégie de communication sur le web	Contribuer à la définition d'une stratégie de communication numérique	14
1	ECUE 2.3 : Veille informationnelle	Connaître et utiliser les outils et démarche de veille	14
3	ECUE 2.4 : Relations presse	Organiser et suivre les relations avec la presse	21
<i>UE3 : Langages et techniques (1)</i>			<i>98</i>
2	ECUE 3.1.A: Ecriture professionnelle	Concevoir, rédiger et mettre en forme l'ensemble des supports de communication en français	32
2	ECUE 3.1.B: Ecriture professionnelle en anglais	Concevoir, rédiger et mettre en forme l'ensemble des supports de communication en anglais	10
2	ECUE 3.2 : Community management	Animer une communauté	21
3	ECUE 3.3 : Atelier de production	Conduire et évaluer un projet de communication	35

<i>UE4 : Langages et techniques (2)</i>			<i>133</i>
1	ECUE 4.1 : Sémiologie des supports de communication	Connaître les bases de la communication visuelle	14
5	ECUE 4.2 : PAO, chaîne graphique	Maîtriser les outils de la chaîne graphique	56
5	ECUE4.3 : Conception web	Concevoir un cahier des charges; réaliser des maquettes; mettre à jour un site	42
1	ECUE 4.4 : Communication événementielle	Organiser des événements	14
<i>UE5 : Pratiques de la communication des associations et des collectivités</i>			<i>70</i>
2	ECUE 5.1 : Méthodologie de projet	Gérer les contraintes et les ressources ; Gérer la complexité et l'urgence ; Être autonome dans un contexte de délégation	21
2	ECUE 5.2.A : Atelier de production (journal)	Conduire et évaluer un projet de communication	25
1	ECUE 5.2.B : Atelier de production en anglais (journal)	Conduire et évaluer un projet de communication en anglais	10
5	ECUE 5.3 : Projet tutoré		(100)
8	ECUE 5.4 : Mémoire professionnel		7

Contrôle des connaissances et assiduité

La licence professionnelle est décernée aux apprenti·es ayant obtenu à la fois :

- une moyenne générale égale ou supérieure à 10 sur 20 à l'ensemble des unités d'enseignement, y compris le projet tutoré et le stage
- une moyenne égale ou supérieure à 10 sur 20 à l'ensemble constitué du projet tutoré et du stage (UE4).

La compensation entre éléments constitutifs d'une unité d'enseignement, d'une part, et les unités d'enseignement, d'autre part, s'effectue sans note éliminatoire.

Lorsqu'il-elle n'a pas satisfait au contrôle des connaissances et des aptitudes, l'apprenti·e peut conserver, à sa demande, le bénéfice des unités d'enseignement pour lesquelles il-elle a obtenu une note égale ou supérieure à 10 sur 20.

Lorsque la licence professionnelle n'a pas été obtenue, les unités d'enseignement dans lesquelles la moyenne de 10 a été obtenue sont capitalisables. Ces unités d'enseignement font l'objet d'une attestation délivrée par l'Upec.

L'assiduité aux enseignements est obligatoire.

Les justifications admises sont exclusivement celles prévues par le droit du travail. Il faut notamment, en cas d'absence pour maladie, fournir un **arrêt de travail** dans les 48 heures (et non un certificat médical).

Présentation détaillée des enseignements

UE1 Environnement

ECUE 1.1. Les institutions publiques en France - 14h CM et 7h TD – Stéphanie Wojcik

Ce cours a pour objectif d'appréhender **les acteurs et le fonctionnement des institutions politiques en France**, ainsi que les enjeux démocratiques auxquelles elles doivent faire face dans un contexte d'abstention électorale grandissante. Une première partie du cours sera dévolue aux institutions de la France, aux caractéristiques et aux évolutions de la V^{ème} République. Une seconde partie du cours sera plus particulièrement consacrée aux institutions publiques locales, en distinguant les différentes échelles de gouvernement et leur rapport différencié à l'Etat central (décentralisation et déconcentration). Seront évoquées les différentes modalités de l'action publique, en interrogeant notamment le recours à des dispositifs de participation du public dans l'élaboration des décisions politiques. A partir de dossiers de presse réalisés par l'enseignante, les étudiant.e.s seront amené.e.s à réaliser des exposés sur les enjeux institutionnels actuels, à l'échelle nationale et locale. Dans la mesure du possible, la visite d'une institution sera organisée, laquelle donnera lieu à la réalisation d'un dossier thématique par les étudiant-es, en plusieurs groupes.

Bibliographie indicative

DOUILLET A.-C, LEFEBVRE R., *Sociologie politique du pouvoir local*, Paris Armand Colin, 2017.
FRANÇOIS B., *Le régime politique de la Vème République*, La Découverte, « Repères », n° 253, 2024.
LEFEBVRE R., *Municipales : quels enjeux démocratiques ?*, La Documentation française, 2020.
VERPEAUX M., et al., *Les collectivités territoriales et la décentralisation*, La Documentation française, 11^{ème} édition, 2018.

ECUE 1.2. Histoire et fonctionnement des associations - 7h CM / 7h TD – Alma Dauphin

L'objectif de ce cours est de présenter les principales caractéristiques du secteur associatif français, dans une perspective historique et sociologique. Nous évoquerons les grandes étapes de l'histoire du secteur et nous présenterons le paysage associatif contemporain : les formes d'engagement, les évolutions du bénévolat, la croissance des effectifs salariés, les modes de financement, les transformations des relations avec l'État et les collectivités territoriales, etc. Nous aborderons ces différentes dimensions de l'action associative en croisant plusieurs courants théoriques et contextes nationaux et en nous appuyant sur des études de cas.

Bibliographie indicative

COTTIN-MARX, S., *Sociologie du monde associatif*, Paris, La découverte, coll. « Repères », 2019.

HAMIDI C., *La société civile dans les cités. Engagement associatif et politisation dans des associations de quartier*, Economica, 2010

HELY M., *Les métamorphoses du monde associatif*, Presses Universitaires de France, coll. "Le lien social", 2009

ION J., *S'engager dans une société d'individus*, Armand Colin, 2012

LAVILLE. J.-L., *Politique de l'association*, Seuil, 2010

SIMONET M., *Le travail bénévole : Engagement citoyen ou travail gratuit ?*, La Dispute, 2010

TCHERNONOG V. et PROUTEAU L., *Le paysage associatif français. Mesures et évolutions*, 3^{ème} édition, Dalloz/Juris éditions, 2019

ECUE 1.3. Droit spécialisé : droit de la communication - 7h CM et 7h TD – Anne Granger

Ces deux séances de cours de « droit de la communication » sont destinées à fournir aux apprenti-es, futur-es professionnel·les de la communication des associations et des collectivités locales, un minimum de connaissances pratiques du cadre juridique qui conditionne, par la garantie de la liberté et la mise en jeu de la responsabilité, l'exercice de leurs activités à venir dans les meilleures conditions possibles, dans l'intérêt de tous. De l'ensemble de la matière, on détachera quelques thèmes en relations avec cette visée d'une formation professionnelle appliquée. L'identification de ces éléments essentiels et des sources de ce droit ainsi que l'acquisition de capacités d'interprétation et d'analyse devraient permettre à chacun de s'en rappeler et de s'y reporter à l'occasion de l'exécution des missions qui, dans l'avenir, lui seront professionnellement confiées. Seront d'abord identifiés l'objet, les sources, les caractéristiques et les principes (liberté et responsabilité) du droit de la communication. Une attention particulière sera portée aux conditions d'accès aux documents administratifs et au régime des archives. Selon un découpage tout à fait classique, seront ensuite considérés : le statut des entreprises et des publications (presse, communication audiovisuelle, communication au public en ligne) ; le statut professionnel des journalistes ; le régime de responsabilité ; le droit d'auteur. La curiosité des apprentis, leurs projets professionnels et l'actualité pourront conduire à adapter les développements ou à moduler ce projet.

Bibliographie indicative

DERIEUX E. et GRANCHET A., *Droit des médias. Droit français, européen et international*, LGDJ, 7e éd., 2015

DERIEUX E. et GRANCHET A., *Droit des médias*, Dalloz, coll. Connaissance du droit, 5e éd., 2013

DERIEUX E., *Dictionnaire de droit des médias*, Victoires editions, coll. 'guide Legipresse', 2004, 352 p.

ECUE 1.4. Journalisme et communication, 14h CM – Maël Alonzo

Ce cours propose une introduction à la sociologie des professions centrée sur le journalisme et la communication. Il se compose pour moitié d'un cours magistral et pour l'autre moitié d'un travail dirigé. Le cours magistral analyse ces deux espaces professionnels qui sont à la fois proches et

distincts, comparables et interdépendants. L'ensemble de ces éléments d'analyse invite à mener une sociologie comparée et relationnelle de ces espaces professionnels, afin de saisir les rapports de force souvent invisibles qui président à leurs interactions quotidiennes. En lien étroit avec le cours, le travail dirigé repose, d'une part, sur la lecture et la discussion d'articles scientifiques et, d'autre part, sur la constitution et l'analyse d'un corpus de presse : les étudiant.e.s doivent analyser d'un point de vue synchronique et diachronique les relations entre le service de communication de leur organisme employeur (collectivité locale ou association) et la couverture de ses activités par les journalistes des médias d'information.

Bibliographie indicative

ACTES DE LA RECHERCHE EN SCIENCES SOCIALES, « Les structures du travail », 2021/5, n° 240.

BOURDIEU Pierre, *Microcosmes. Sur la théorie des champs*, Paris, Raisons d'agir, 2021.

NEVEU Érik, « L'espace des journalismes aujourd'hui », in *Sociologie du journalisme*. Paris, La Découverte, « Repères », 2019, p. 23-42

RIUTORT Philippe, « La communication politique en pratique », in *Sociologie de la communication politique*. Paris, La Découverte, « Repères », 2020, p. 55-82

KACIAF Nicolas, NOLLET Jérémie, « Journalisme : retour aux sources », *Politiques de communication*, 2013/1 (N° 1), p. 5-34

FRISQUE Cégolène, « Précarisation du journalisme et porosité croissante avec la communication », *Les Cahiers du Journalisme*, 26, 2014

ECUE 1.5. Communication publique et associative, 21h CM et 7h TD – François Leray, Maël Alonzo et Camille Riou

Si la communication s'est imposée comme un secteur d'activité professionnel à partir des pratiques du secteur privé marchand telles que la publicité ou le marketing, depuis une trentaine d'années la communication dite « non-marchande » ou « d'intérêt général » s'est institutionnalisée au sein de nombreuses institutions publiques et organisations à buts non-lucratifs. Quelles sont les caractéristiques de cette communication publique et associative qui la rapprochent et la distinguent de la communication des entreprises privées, intégrée à l'économie capitaliste et destinée à vendre des biens et services marchands ? Quelles sont les représentations et pratiques professionnelles engagées dans cette forme de communication ? Comment les responsables de la communication non-marchande, fonctionnaires, salariés associatifs et/ou militants, intègrent-ils/elles l'impératif de « l'intérêt général » dans leurs décisions et leurs routines quotidiennes de travail ? Ce cours montre que les notions de « communication » et d'« intérêt général » sont des constructions sociales, le produit de luttes symboliques entre des groupes aux « intérêts » distincts et parfois contradictoires. Si l'Etat est censé garantir l'intérêt général, par opposition aux intérêts privés, particuliers, corporatistes, locaux, etc., la montée en puissance de l'idéologie de la « gouvernance » dans le cadre de la mondialisation néolibérale, amorcé à la fin des années 1970, interroge le rôle et la place de la communication dans ce processus. Ce dernier a été marqué par un renforcement des intérêts privés et des contraintes de marché, dont l'emprise croissante de la communication est l'un des aspects constitutifs. On peut dès lors se demander ce que pourrait être, dans les secteurs publics et associatifs, une «

communication de changement social » ou « solidaire » tournée vers la défense des intérêts politiques, sociaux et environnementaux « généraux » des citoyens.

Bibliographie indicative

Travaux de recherche

ALDRIN P., HUBE N., OLLIVIER-YANIV C., UTARD J.-M. (dir.) (2014), *Les mondes de la communication publique. Légitimation et fabrique symbolique du politique*, Rennes, Res Publica.

DACHEUX E. (1998), *Associations et communication : critique de marketing*, Paris, CNRS.

DAUVIN P. (2010), *La communication des ONG humanitaires*, Paris, L'Harmattan.

DAUVIN P. (2015), *La communication des collectivités locales. L'ambivalence politique*, Paris, L'Harmattan.

FERRON B. (2024), *La communication des mouvements sociaux. Pratiques militantes et stratégies médiatiques*, Paris, Armand Colin, coll. « U ».

HUBE N., ALDRIN P. (2022), *Introduction à la communication politique*, 2e ed. Paris, De Boeck.

LEFEVRE Sylvain (2007), « Le sale boulot et les bonnes causes. Institutionnalisation et légitimation du marketing direct au sein des ONG », *Politix*, 79(3).

RANGEON François (2005), « Peut-on parler d'intérêt général local ? », in C. LE BART, R. LEFEBVRE (dir.), *La proximité en politique. Usages, rhétoriques, pratiques*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 45-65.

PAILLIART I. (2020). « Communication », in Romain Pasquier éd., *Dictionnaire des politiques territoriales*. Presses de Sciences Po, 2020, pp. 92-97.

Politiques de communication (2023), L'emprise de la communication, n° 20-21.

RIUTORT Philippe (2020), *Sociologie de la communication politique*, Paris, Repères, La Découverte.

UE2 : Analyse, stratégie et conduite de projet

ECUE 2.1. Diagnostic et plan de communication, 28h TD – Sandrine Guirado

Le point de départ d'une stratégie de communication efficace est le diagnostic. Pour atteindre son but, il est nécessaire de savoir d'où l'on part ! En effet, pour construire un plan de communication cohérent et efficace, il est crucial en premier lieu, d'avoir une vision claire et approfondie de l'existant et des objectifs de la collectivité ou de l'association : qui sommes-nous, quel est notre projet, notre vision ? quelle est notre problématique ? que voulons-nous dire ? à qui ? quels sont nos arguments ? quels objectifs voulons-nous atteindre ? quels sont nos moyens financiers, humains ? de combien de temps disposons-nous ? ... sont autant de questions à poser avant même de définir un plan d'actions. Une fois le diagnostic posé, le plan de communication permettra à l'organisation de piloter, mettre en œuvre et évaluer l'impact de ses actions de communication. Il constitue le cadre de référence qui permet d'avoir une communication structurée, et cohérente par rapport aux attentes des décideurs. Ce cours permettra aux étudiants de comprendre pourquoi et comment réaliser un diagnostic et un plan de communication, à travers la présentation de méthodologies et la réalisation de cas pratiques basés sur des problématiques réellement rencontrées par des collectivités ou associations.

Bibliographie :

PASQUIER M., *Communication des organisations publiques*, De Boeck Université, 2017.
MEGARD D., *La communication publique et territoriale*, 2^{ème} édition, Dunod, 2017.
LIBAERT T., *Le Plan de Communication*, Paris, Dunod, 3^{ème} éd., 2008
JOUVE M., *Communication. Théories et pratiques*, 3^{ème} édition, Bréal, Synergies MARCENAC L., 2002.
LEMAIRE M., ZEMOR P., *La communication publique en pratiques*, Association Communication publique, 2008
LIBAERT T., PIERLOT J.-M., *Communication des associations*, Collection: Associations, Dunod, 2009

ECUE 2.2. Stratégie de communication sur le web, 7h CM et 7h TD – Antoine Ollivier

À l’heure de l’overdose informationnelle, du scroll infini et du zapping numérique, comment faire entendre une voix sur le web, a fortiori quand il s’agit de celle d’une institution ou d’une association ? Comment capter encore un peu de “temps de cerveau disponible” quand on ne dispose ni des budgets colossaux des GAFAM, ni de leurs armées de communicants ? Dans un environnement saturé, souvent dominé par une logique de “tout numérique”, comment exister, interpeller, créer du lien, sans s’épuiser ni se perdre dans des outils qui se multiplient aussi vite qu’ils se périment ? Ce cours propose des clés concrètes pour élaborer une stratégie de communication numérique à la fois cohérente et efficace, pensée pour les acteurs publics et associatifs. Nous y aborderons les fondamentaux du web d’aujourd’hui : veille informationnelle et technologique, rédaction web, référencement naturel, analyse statistique, reporting... Autant de leviers essentiels pour exister en ligne, sans se noyer dans le flux. Mais il s’agit aussi de prendre du recul : quels sont les pièges du tout numérique ? Quelles alternatives, quels choix stratégiques pour une communication plus responsable, plus éthique, plus durable ? Le cours explorera également les grands enjeux actuels : lutte contre la désinformation, interopérabilité et sobriété des outils, protection des données, usage raisonné de l’IA générative, engagement des citoyens, mobilisation des ambassadeurs internes, gamification de la communication... L’objectif : donner les moyens de (re)prendre la main sur sa communication digitale, de faire des choix éclairés, et surtout, de renouer avec du sens dans un paysage numérique en perpétuelle accélération.

Bibliographie indicative :

Cardon Dominique, *Culture numérique*, Presses de Sciences Po, 2019.
Confino Franck., Teitgan Benjamin., *Le guide de la communication publique numérique*, Territorial éditions, collection « Dossier d’experts », 2022.
Moinet Nicolas, *La communication numérique*, “Que sais-je ?”, PUF, 2^e éd., 2023.
BLOG DU MODÉRATEUR. Le média des professionnels du numérique. [en ligne]. Disponible sur : <https://www.blogdumoderateur.com> (consulté le 19 juin 2025).
MA VIE DE COM’ NUMÉRIQUE. Podcast sur les métiers de la communication numérique. [en ligne]. Disponible sur : <https://maviedecomnumerique.lepodcast.fr> (consulté le 19 juin 2025).

ECUE 2.3. Veille informationnelle, 14h TD – Gauthier Auverlot

Comment se documenter quotidiennement de façon fiable, rester à jour et restituer son travail dans un contexte de multiplication des informations et de leurs canaux de diffusion ? Si la veille informationnelle est indispensable à tout·e communicant·e, son concept et sa pratique peuvent paraître flous et abstraits. À partir d'exemples concrets tirés de l'actualité ou d'études de cas, ce cours vise à présenter les différentes formes de veilles (technologique, sociale, réglementaire, scientifique...) en articulant connaissances théoriques et pratiques. Les étudiant·e-s travailleront tant en individuel qu'en groupe dans le but de s'approprier les différents outils et les différentes étapes de la veille. À l'issue du cours, elles et ils seront capables de conduire une veille professionnelle sur un sujet donné. Elles et ils maîtriseront les principaux outils nécessaires à la collecte d'information et seront à même de traiter, d'organiser et de structurer les données recueillies pour les utiliser au mieux en contexte professionnel.

Bibliographie indicative

Armand M., *Cartographie des principaux types de veille*, 2010

Balmisse, Gilles. *Faire de la veille : collecter, traiter, analyser et diffuser l'information*. 2e édition, Éditions ENI, 2023.

Deiss, J. *L'art de faire des recherches et de partager l'information : pratiques et techniques de veille et de curation sur Internet*. Fyp éditions, 2015.

Delengaigne, X., *100 fiches pour organiser sa veille sur Internet*, Eyrolles, 3^{ème} édition, Paris, 2019.

Géroudet M-M., *De la veille métier à la veille stratégique, quels enjeux pour les bibliothèques*, 2013.

Mesguich V., et al. *Rechercher l'information stratégique sur le web : sourcing, veille et analyse à l'heure de la révolution numérique*. 2e édition, De Boeck supérieur ADBS, 2021.

Nouveaux ancrages de la veille en sciences de l'information et de la communication, *Études de communication*, 2023, n° 60, 220 p.

ECUE 2.4. Relations presse, 21h TD – Ingrid Launay-Cotrebil

L'enjeu de ce cours sera de mieux comprendre la place occupée par les Relations Presse (RP), également appelées Relations Média, dans l'éventail des modes de communication externe : quels objectifs poursuivent-elles ? Sont-elles adaptées à tous types de sujets et problématiques ? Quels en sont les fondamentaux et les acteurs ? Au-delà de ces aspects théoriques, une grande partie du cours sera consacrée à la dimension pratique des RP : savoir créer, piloter et analyser une campagne médiatique, en connaître et maîtriser les fondamentaux, tout en anticipant sur les constantes évolutions qui tendent à redessiner les contours de la profession, savoir rédiger des communiqués et dossiers de presse, savoir organiser des événements presse, savoir interagir avec les journalistes... Nous traiterons ainsi des aspects contextuels, stratégiques et méthodologiques des relations presse. Concrètement, après un rapide panorama de l'histoire et des enjeux de ce segment essentiel de la communication, des acteurs qu'il fédère et des objectifs qu'il peut et doit contribuer à atteindre, nous apprendrons notamment, à travers différents exercices, jeux de rôle et études de cas, à :

- Construire, présenter et valoriser une stratégie RP, en tenant compte des impératifs de toutes les parties prenantes (clients, partenaires et surtout journalistes)
- Réaliser et piloter les différents outils et supports associés
- Analyser les retombées médiatiques générées

Bibliographie indicative

CALLY E., *Réussir ses Relations Presse*, Paris, Dunod, 2^{ème} édition, 2015.

DEARNELL A., *Le Média Training – Réussir face aux journalistes*, Eyrolles, 2014.

DURAND S., *Storytelling*, Paris, Dunod, 2014.

LIBAERT T., *La communication externe des entreprises*, Paris, Dunod, 4^{ème} édition, 2014.

MOREL P., *Pratique des relations presse*, Paris, Dunod, 4^{ème} édition, 2012.

UE3 : Langues et techniques (1)

ECUE 3.1. Écriture professionnelle, 42h TD – Camille Riou

Cet enseignement aborde l'ensemble des compétences attendues pour la réalisation des contenus de presse écrite *print* ou numérique. Il s'agit d'acquérir une autonomie conceptuelle et rédactionnelle dans l'élaboration d'une publication professionnelle. Cet exercice renvoie bien sûr à des contraintes de styles et de formats, à l'exigence de la cohérence dans l'organisation de l'information présentée, mais également à l'appréhension souvent complexe de ce qu'est un « angle » au sens journalistique. Nous travaillerons ces questions, de la rédaction d'un article à la réalisation d'une formule éditoriale. Le cours est complété par 10h d'apprentissage de l'écriture professionnelle en anglais.

Bibliographie indicative :

Martin-Lagardette J.-L., *Le guide de l'écriture journalistique*, Paris, La Découverte, coll. Guides, 2009

Guery L., Lutz-Sorg S., *Le secrétariat de rédaction - Relecture, editing, suivi de réalisation*, Paris, Victoires Editions, coll. Métier Journaliste, 2009

Furet C., *Le titre*, Paris, Victoires Editions, coll. Metier Journaliste, 2006

Robin C., *L'angle journalistique: Techniques de créativité pour des écrits originaux*. CFPJ Editions, 2009

ECUE 3.2. Community management, 21h TD – Gauthier Auverlot

Agissant comme un tunnel dans le paysage d'internet, les réseaux sociaux occupent une place prépondérante dans la communication numérique. Plus que de simples relais vers les sites web, ce sont des médias propres qui permettent aux collectivités territoriales et associations d'engager les citoyens dans leurs actions de communication. Véritables thermomètres de l'opinion publique, ils permettent de construire une identité numérique. Les médias sociaux ont fait émerger un métier spécifique, le gestionnaire de communauté, couteau suisse entre l'animateur,

le modérateur, le porte-parole et le service après-vente d'une institution auprès des internautes. Ce cours permettra de découvrir les spécificités, le fonctionnement et l'évolution des codes de communication des principaux réseaux sociaux (Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, TikTok, LinkedIn...). Seront abordés les mécanismes de la viralité, la prévention et la gestion des crises (*badbuzz*, polémiques...) et bien sûr, les composantes de la fonction de *community manager* (veille, animation, modération, reporting...). Le cours sera également l'occasion de réfléchir sur la légitimité du gestionnaire de communauté, sa place dans une institution et les modalités pratiques d'organisation du travail quotidien, obligatoirement adaptées aux contraintes de réactivité des supports et à chaque environnement professionnel.

Bibliographie indicative

Confino F., Teitgan B., *Le guide de la communication publique numérique*, Territorial éditions, collection « Dossier d'experts », 2022, 208 pages.

Cordina P., Fayon D., *Community management : fédérer des communautés sur les médias sociaux*, Pearson Education, 2013, 256 pages.

Mazier D., *Community management : outils, méthodes et stratégies pour le marketing social*, Éditions ENI, 2013, 286 pages

Sites internet :

<http://www.mycommunitymanager.fr>

<http://www.blogdumoderateur.com/>

ECUE 3.3. Atelier de production transverse 1, 35h (janvier) – François Leray & Maël Alonzo

Les apprenti-es travaillent en équipe et en autonomie pour répondre à une commande professionnelle dans un temps limité, en convoquant les connaissances acquises dans l'ensemble des enseignements de manière transversale. Les ateliers sont sanctionnés par un rapport écrit.

Exemples de production collective en atelier, mis en œuvre par les commanditaires :

- Plan de communication et préparation des supports de l'Observatoire des Libertés Associatives
- Plan de communication du Syndicat mixte pour l'entretien et l'Aménagement de la Rivière Juine et ses Affluents
- Campagne de notoriété pour un service d'un Conseil départemental
- Refonte des supports de communication digitale et print d'une MJC
- Charte graphique de la Coordination des Médias Libres
- Plan de communication print et digital pour l'association Politiques de communication

UE4 : Langages et techniques (2)

ECUE 4.1. Sémiologie des supports de communication, 14h TD – Aude Seurrat

Le cours de “Sémiologie des supports de communication” permet aux étudiant-es d’appréhender les bases théoriques et méthodologiques de l’usage des signes (textes, symboles, signes visuels...) et de leurs inscriptions (supports papiers, numériques...), le tout en relation avec la communication des associations et des collectivités, et plus largement avec la communication d’intérêt général et liée aux causes politiques et publiques. Dans cette perspective, l’enseignement propose de s’interroger, par exemple, sur la cohérence interne d’un message (rapport texte / image...), sur l’adéquation de la forme du message à son destinataire (rapport support / public...), ou encore sur les représentations de ses publics qu’un message induit (rapport message / publics...). A l’issue de ce cours, l’étudiant doit pouvoir s’approprier certaines clés d’analyse de la sémiologie de manière à contribuer à l’élaboration de messages pertinents et cohérents. Le cours est évalué à partir d’une étude de campagne de communication menée en groupe.

Bibliographie indicative

Roland BARTHES. « Rhétorique de l’image » revue *Communications*, n° 4, 1964.

Karine BERTHELOT-GUIET et Jean-Jacques BOUTAUD (dir.), *Sémiotique mode d’emploi*, Editions Le Bord de l’eau, 2014.

Jean-Jacques BOUTAUD et Eliseo VERON. *Sémiotique ouverte : itinéraires sémiotiques en communication*, Paris, Hermès-Lavoisier, 2007

Jean-Marie FLOCH, *Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies*, Presses Universitaires de France, 2002 (rééd.). [BU : Campus Centre Salle de lecture Haut cote 808.1 FLO]

Martine JOLY, *L’image et les signes. Approche sémiologique de l’image fixe*, Armand Colin, 2011 (rééd.). [BU : Campus Centre Salle de lecture Bas cote 07.4 JOL]

ECUE 4.2. PAO, chaîne graphique, 63h TD – Olivier Noyelle & Emmanuelle Simoneau

L’apprentissage de la chaîne graphique se fera à travers la suite ADOBE (Illustrator, Photoshop, InDesign). L’ensemble des cours sera réparti en modules, qui permettront d’apprendre les spécificités du module et sa réalisation immédiate. (Par exemple, création d’une charte graphique, avec apprentissage des outils et techniques pour la réaliser. Ou encore réalisation d’une affiche, d’un pdf interactif, de flyers, etc.). De plus, l’intégration des IAs génératives (firefly, midjourney etc) en tant qu’outils et non comme finalité permettra de développer des qualités créatives. Chaque module sera également une occasion de rester connecté aux tendances graphiques, et donnera l’opportunité d’analyser et de comprendre ces tendances, par définition protéiformes et changeantes. Le graphisme est vivant, connecté à la société et son évolution, et il en est de même des techniques visant à le réaliser. Les IAs génératives, les nouveaux outils de création de contenu, les tendances, tout est connecté.

Ce sera l’occasion de réaliser :

- Une charte graphique complète (logos et déclinaisons)
- Des affiches promotionnelles
- Du montage et post production graphique avec des IAs et l'utilisation des outils adobe.
- Une illustration vectorielle et bitmap en utilisant les IAs
- la réalisation en temps limité et en utilisant le hasard d'un concept art, avec typographie

Bibliographie indicative

Graphisme : histoire, théorie et pratique Theo Inglis (2024)

Graphisme et typographie Michel Wlassikoff (2022)

Histoire du graphisme en France Michel Wlassikoff (2022)

H5, voir la french touch : 30 ans de graphisme et de musique électronique (Édition bilingue français/anglais) David Bailey, Alexis Bernier, Etienne de Crecy, Ludovic Houplain, Mirwais (2024)

Prendre l'image : Le graphisme comme situation politique Olivier Huz (2024)

Manuel de design graphique ; connaître les règles du graphisme et l'art de les détourner (2e édition) Timothy Samara (2021)

ECUE 4.3. Webdesign, 42h TD – Olivier Noyelle

La chaîne graphique ayant été comprise et pratiquée dans le cours de PAO, l'apprentissage du prototypage et des dérivés numériques (webs, réseaux sociaux etc.), se fera dans la continuité. Nous passons au mouvement, afin de continuer le graphisme mais avec une nouvelle dimension. Post production, effets spéciaux, et intégration en prototypage UI/UX. Bien entendu, là encore, l'utilisation d'IA peut être un plus.

- Un prototypage ergonomique et graphique d'un site web
- La réalisation d'un clip vidéo bande annonce, à insérer idéalement dans une section "hero" d'un site web, par exemple

Bibliographie indicative

BOUCHER Amelie, *Ergonomie web et UX design*, Eyrolles, 2020.

35 bonnes pratiques en UX Design 2e édition: Les fondamentaux de la psychologie numérique, Broché – Grand livre, 9 mars 2023

Design UI-UX.

Concevoir sites et apps pour et avec les utilisateurs, 2e édition, 2024

Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding Relié – 3 mai 2024

Le manuel de survie du vidéaste: Bidouilles de réalisateur Relié – Grand livre, 2021

ECUE 4.4. Communication événementielle, 14h TD – Emmanuelle Simoneau

Cet enseignement propose une méthode d'organisation pour mener à bien un événement ! Savoir le préparer- gérer les urgences le moment venu et maîtriser la communication post-événement.

Comment organiser et planifier au mieux l'ensemble des tâches du projet dans sa globalité ? Comprendre les outils : arbre des objectifs, diagramme de Gantt, tableau d'évaluations. Les avantages d'une bonne communication interne ? Créer de la cohésion au sein d'un groupe, éviter les conflits ...aider les salariés à sentir investi dans les valeurs de leur organisme.

UE5 : Pratique de la communication des associations et des collectivités

ECUE 5.1. Méthodologie de projet 21h TD – Antoine Ollivier

Les institutions publiques comme les associations adoptent de plus en plus une logique de travail en « mode projet ». Ce mode d'organisation transversal nécessite des compétences spécifiques, à la fois techniques (savoir-faire) et comportementales (savoir-être), ainsi qu'une solide maîtrise de l'organisation et de la coordination. Ce cours a pour objectif de permettre à chacun et à chacune de gagner en autonomie et en assurance en vue du pilotage d'un projet ultérieur en anticipant et en levant les obstacles éventuels, tout en respectant le cadre défini par le donneur d'ordre. À partir de cas pratiques, les participants apprendront à analyser les dynamiques internes et externes propres à tout projet, à identifier les contraintes, les ressources mobilisables, les acteurs impliqués, et à construire une feuille de route opérationnelle. L'enjeu : acquérir une méthode rigoureuse pour structurer, piloter et mener à bien un projet, de sa conception à sa réalisation.

Bibliographie indicative

- GAREL, Gilles (2011). *Le management de projet*. Paris, La Découverte. [En ligne : <https://shs.cairn.info/le-management-de-projet--9782707169891>].
- LAVILLE, Jean-Louis et SAINSAULIEU, Renaud (2013). *L'Association: Sociologie et économie*. Paris, Fayard/Pluriel, 456 p.
- LE BART, Christian (2017). *Les maires, sociologie d'un rôle*. Lille, Presses Universitaires du Septentrion.
- LEFEBVRE, Rémi et DOUILLET, Anne-Cécile (2017). *Sociologie politique du pouvoir local*. Paris, Armand Colin.
- LUCET, Ariane, ROUZET, Corinne et VIVIEN, Bernard (2019). *Le management par projet : Outils de management humain et de conduite du changement*. Voiron, Territorial Éditions, 116 p.
- MAES, Jean & DEBOIS, François (2025). *La boîte à outils du chef de projet – 4e édition*. Paris, Dunod.

ECUE 5.2. Atelier de production transverse 2, 35h (avril-mai) – Camille Riou, Pétronille Rémaury & Lorraine Stravens

À partir des contenus réalisés dans le cadre du cours Ecriture professionnelle, les apprenti-es réalisent en équipe un ou plusieurs journaux papiers : choix des formats, titres, intertitres, chapôts, illustrations et mise en page, etc. Une partie de l'atelier a lieu en anglais.

ECUE 5.3. Projet tutoré - François Leray & Maël Alonzo

L'apprenti·e mène un projet au sein de la structure employeuse. Il·elle est encadré pour ce faire par un·e tuteur·trice pédagogique. La mission menée par l'apprenti·e est sanctionnée par un rapport écrit et une soutenance.

ECUE 5.4. Mémoire professionnel - François Leray & Maël Alonzo

Le travail de mémoire est l'occasion d'une recherche conduite par l'apprenti·e en lien une problématique professionnelle et guidée par un questionnement théorique. Il s'appuie en général, mais pas nécessairement sur le travail de projet. Il est soutenu devant un jury composé du maître d'apprentissage et de l'enseignant·e tuteur·rice pédagogique.

Bibliographie indicative

BEAUD Stéphane, WEBER Florence, *Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques*, Paris, Repères, La Découverte, 2010.

BECKER Howard S., *Ecrire les sciences sociales. Commencer et terminer son article, sa thèse ou son livre* (1986), Paris, Economica, Coll. Méthodes des sciences sociales, 2004.

GRAWITZ Madeleine, *Méthodes des sciences sociales*, 7e édition, Paris, Dalloz, 1990.

GUIONNET Christine, RETIF Sophie (dir.), *Exploiter les difficultés méthodologiques. Une ressource pour l'analyse en sciences sociales*, Rennes, PUR, coll. Des Sociétés, 2015.

SEURRAT Aude (dir.), *Ecrire un Mémoire en Sciences de l'Information et de la Communication. Récits de cas, démarches et méthodes*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2014.

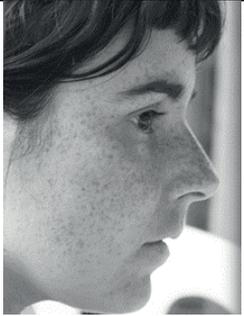
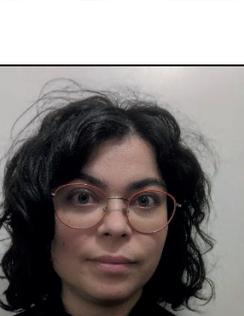
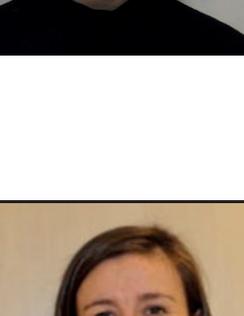
SINGLY (DE) François, *L'enquête et ses méthodes : le questionnaire* (1992), Paris, Nathan Université, 2003.

VIGOUR Cécile, *La comparaison dans les sciences sociales. Pratiques et méthodes*, Paris, Guides Repères, La Découverte, 2005.

L'équipe enseignante

	<p>Maël Alonzo est doctorant en sciences de l'information et de la communication au Cémti (Université Paris 8) et Attaché Temporaire d'enseignement et de Recherche à l'UPEC - rattaché à ce titre au Céditec. Il étudie les réceptions des discours médiatiques qui portent sur la contestation sociale dans les marges urbaines de Paris et Bogotá. Il enseigne les cours Communication publique et associative, Journalisme et communication, Atelier de production transverse, Méthodologie de projet tutoré et de mémoire.</p>
	<p>Gauthier Auverlot est un professionnel de la communication et expert <i>social media</i>. Directeur conseil à l'agence Proches, il accompagne institutions, associations et grandes entreprises dans la construction de leurs stratégies de communication <i>corporate</i> ou institutionnelle, aussi bien sur des enjeux <i>social media</i>, d'activations digitales, de relations presse, de prise de parole de dirigeants. Après un parcours aussi bien dans des institutions publiques (ministère de l'Agriculture, l'Agence nationale de sécurité sanitaire) qu'en agence (La Netscouade, Proches), Gauthier Auverlot enseigne au CELSA la communication des associations. Il assure les cours de <i>Community Management</i> et de Veille informationnelle.</p>
	<p>Alma Dauphin est doctorante en Sciences de l'information et de la communication au Céditec (UPEC). Elle étudie les stratégies de communication des associations et des collectifs militants. Diplômée d'un Master de lettres modernes à l'Université Paris Diderot et d'un Master de communication politique et publique à l'UPEC, forte d'une expérience professionnelle de communicante en association (Ligue des droits de l'homme), elle assure le cours de sociologie du monde associatif.</p>
	<p>Anne Granger est maîtresse de conférences en Sciences de l'information et de la communication au département de communication politique et publique de l'UPEC. Elle co-dirige la Licence et assure les cours « Droit de la communication » ainsi que le tutorat pédagogique d'apprenti.e.s de la formation.</p>

	<p>Sandrine Guirado est directrice de la communication d’une association nationale de collectivités – la FNCCR – dédiée aux services publics locaux de l’eau, l’énergie, le numérique. Professionnelle de la communication publique, elle a travaillé au sein de plusieurs collectivités et pour des associations nationales de collectivités après quelques années en agences de communication pour des entreprises. Elle est membre des deux principales associations de communicants publics. Elle assure les cours de Diagnostic et plan de communication.</p>
	<p>Ingrid Launay-Cotrebil est attachée de presse depuis 1999. Elle a créé <i>Le Bonheur est dans la Com’</i>, agence de Relations Presse, en 2006, après plusieurs expériences en agences (dans le domaine du luxe, de la communication médicale et des médias notamment) et chez l’annonceur (dans l’édition). Spécialisée dans le domaine de la construction, de l’immobilier et de l’environnement, l’agence <i>Le Bonheur est dans la Com’</i> travaille tout autant avec les médias de la presse professionnelle que grand public. Accompagnant ses clients sur le long terme, certains depuis 2006, l’agence accorde une place centrale au conseil stratégique mais intervient également sur toute la chaîne d’actions des Relations Presse.</p>
	<p>François Leray est professeur des universités associé et professionnel de la communication politique et publique. Actuellement en poste au sein d’un ministère, il a exercé aussi bien en collectivité territoriale qu’en administration centrale. Il est également administrateur de l’association nationale “Communication publique” et publie des articles dans la revue <i>Parole Publique</i>. Il codirige la licence professionnelle communication des collectivités territoriales et des associations, et assure des cours en licence et en master portant notamment sur les compétences et les métiers de la communication politique et publique, avec un regard sur les enjeux de la désinformation et de l’accessibilité de l’information pour les institutions publiques.</p>
	<p>Olivier Noyelle, directeur artistique free-lance depuis 2001 (Dior, Peugeot, Canalsat, Paris-Match, Chronicart, MGEN), a été directeur artistique chez Connectworld, groupe Havas et chez Grolier interactive, groupe Lagardère. Diplômé des Beaux-Arts et de l’ENSAD, co-fondateur du magazine <i>Chronic’Art</i> et de la sarl de presse l’Editant. Il assure les cours de Publication Assistée par Ordinateur (PAO) et de Webdesign.</p>

	<p>Antoine Ollivier est Conseiller à l'Association des Petites Villes de France (APVF), qui fédère les maires des villes de 2 500 à 25 000 habitants. Après une expérience en Cabinet à la Ville de Paris, il suit aujourd'hui les dossiers liés à l'aménagement du territoire, tout en pilotant la communication numérique et les relations presse. À l'heure où la parole des maires, élus de proximité, est plus que jamais précieuse, il œuvre à la faire entendre et la valoriser auprès des décideurs comme du grand public.</p>
	<p>Pétronille Remaury est directrice artistique free-lance depuis 1999. Elle compte parmi ses clients l'Agence France-Muséums, Lancôme, Yves Rocher, Lacoste, Goutal, le Collège de Polytechnique, la Mutuelle Générale, Unibail, Ikea, Energisme, la Mairie de la Couronne, EEDF). Ancienne directrice artistique junior chez Assouline, et chez Menu et Associés (devenu Colman Menu), elle est titulaire d'un Mastère en Direction Artistique en arts graphiques à l'École Supérieure d'Arts Graphiques et d'Architecture Intérieure (ESAG / Penninghen / Paris. Depuis 2017, elle est aussi artiste peintre (www.petronillereмаury.com).</p>
	<p>Camille Riou est doctorante en sciences de l'information et de la communication à l'Université Dante Alighieri de Reggio Calabria et attachée temporaire d'enseignement et de recherche (ATER) au sein du département de communication politique et publique de l'UPEC. Ses recherches portent sur les pratiques de communication en ligne et hors ligne des militant·e·s engagé·e·s dans la lutte contre les violences sexuelles en France et en Italie, dans le cadre de travaux législatifs. Elle s'intéresse par ailleurs aux réponses politiques suscitées par cet activisme hybride. Elle assure en partie les enseignements de communication publique et associative, ainsi que d'écriture professionnelle.</p>
	<p>Emmanuelle Simoneau est actuellement Coordinatrice des Éditions et des Événements à la FEHAP (fédération des Établissements Hospitaliers et d'Aide à la Personne – Privés Non Lucratifs) Après avoir collaboré pendant cinq ans à l'élaboration de la revue <i>Perspectives Sanitaires et sociales</i>, elle a pris en charge l'ensemble des aspects opérationnels des divers événements à la fois internes et externes de la fédération. Elle assure les cours d'imprimerie (PAO) et de communication événementielle</p>

	<p>Aude Seurrat est Professeure des universités en sciences de l'information et de la communication à l'INSPE de Créteil. Ses recherches portent sur la médiation des savoirs et principalement sur l'analyse des supports d'éducation, de formation et de sensibilisation. Elle a notamment publié Seurrat A. (2018), <i>Communiquer sur la diversité?</i> Paris, AFMD Editions (https://www.afmd.fr/communiquer-sur-la-diversite) et dirigé le manuel Seurrat A. (dir.) (2014), <i>Écrire un mémoire en sciences de l'information et de la communication. Récits de cas, démarches et méthodes</i>, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle. Elle assure les cours de Sémiologie des supports de communication.</p>
	<p>Lorraine Stravens a été formée au sein d'une rédaction de magazine scientifique. Elle intervient notamment dans le champ « Research and Science for Policy », au sein de la Chaire Lex Oceanopolis, consacrée à la gouvernance des océans, sous l'égide de la Banque mondiale. Elle porte une attention particulière aux autorités et acteurs locaux dans la mise en œuvre des politiques de développement, défendant une approche bottom-up pour renforcer l'ancrage territorial et l'efficacité des politiques publiques. À ce titre, elle contribue à l'appui des collectivités dans leur communication autour des politiques publiques. Elle assure les cours d'Écriture professionnelle et d'Atelier journal en anglais.</p>
	<p>Stéphanie Wojcik est maîtresse de conférences en sciences de l'information et de la communication et directrice du département de communication politique et publique de l'Université Paris-Est Créteil (UPEC). Elle est membre du Céditec (EA3119). Ses recherches portent sur les usages politiques d'Internet, la démocratie participative et le débat public, ainsi que la communication des institutions politiques locales et européennes. Elle assure le cours sur les institutions publiques en France au sein de la Licence.</p>



PRÉSENTATION DES SERVICES DE L'UPEC



LES BIBLIOTHÈQUES

Il existe des bibliothèques universitaires sur les sites de : Campus Centre, Mail des Mèches, Sénart, Médecine et Droit. Pour une liste plus exhaustive des différentes bibliothèques à votre disposition ou tout autres renseignements en lien avec le fonctionnement de la bibliothèque universitaire : www.upec.fr > bibliothèques

Les bibliothèques offrent des documents imprimés et électroniques pour accompagner vos études et vos recherches menées à l'UPEC. Les collections des bibliothèques (livres et revues) sont très majoritairement en accès libre dans les salles de lecture.

LES RESSOURCES ÉLECTRONIQUES SONT ACCESSIBLES

- sur place, à partir des ordinateurs de l'université ou sur votre ordinateur portable en connexion wifi (réservée aux étudiants et personnels de l'UPEC)
- en grande majorité à distance, 7j/7 et 24 h/24, via le site Internet de la bibliothèque.

En savoir plus : www.u-pec.fr > bibliothèques



LE SERVICE COMMUN UNIVERSITAIRE D'INFORMATION, D'ORIENTATION ET D'INSERTION PROFESSIONNELLE (SCUIO-BAIP)

Le SCUIO-BAIP informe et aide l'étudiant pour son orientation tout au long de son cursus universitaire du premier au troisième cycle, et prépare son entrée sur le marché du travail. Le service met à la disposition des étudiants avec l'aide des documentalistes un fonds documentaire sur les secteurs professionnels, les formations à l'échelle nationale et des ordinateurs en libre-service pour consulter les différents sites web des établissements de l'Enseignement supérieur. Il aide à construire son projet professionnel avec l'aide de conseillers d'orientation psychologues (élaboration du curriculum vitæ, rédaction de la lettre de motivation, préparation à l'entretien d'embauche).

CONTACT

Maison de l'Innovation et de l'Entrepreneuriat Etudiant,
Site du Mail des Mèches Rue Poète et Sellier
94000 Créteil Métro : Créteil-Université (ligne 8)

scuio-baip@u-pec.fr, 01 41 78 47 96

En savoir plus : www.u-pec.fr > Étudiant > Orientation



LE SERVICE VIE DE CAMPUS

Niveau Dalle, bâtiment i2

Le Service Vie de Campus de l'UPEC regroupe dans un même espace les différents services liés à la vie universitaire. Il a pour mission de simplifier les démarches administratives autour de la rentrée universitaire et de faciliter durant toute l'année l'accès à la vie culturelle et associative.

Les différentes antennes :

CULTURE

> 01 45 17 70 65, culture@u-pec.fr

VIE ASSOCIATIVE ET ENGAGEMENT

> 01 45 17 65 21, Ajassociation@u-pec.fr

EMPLOIS ÉTUDIANTS

> 01 45 17 65 20, jobcampus@u-pec.fr

LOGEMENT

> 01 45 17 70 64, logement@u-pec.fr

BOURSES ET AIDES

> 01 45 17 11 51, social@u-pec.fr

PERMANENCE JURIDIQUE

> permanencejuridique@u-pec.fr

En savoir plus : www.u-pec.fr >vie-de-campus



DIRECTION DES RELATIONS INTERNATIONALES

- Accompagnement des étudiants étrangers hors programme

> +33 (0)182 69 48 56, international@u-pec.fr

- Accompagnement logement des étudiants étrangers en programmes d'échanges

> +33 (0)182 69 48 56, relint@u-pec.fr



MÉDECINE PRÉVENTIVE

Ce service est à votre disposition pour répondre à vos attentes en matière d'information, conseil, handicap, examen médical, entretien psychologique. Des médecins assurent la visite médicale obligatoire en 1er cycle (L1 à L3).

Ils peuvent vous délivrer des certificats médicaux :

aménagement du temps d'épreuve, prêt d'honneur, travail, stage, sports.

Vous pouvez également demander un rendez-vous pour une consultation gratuite avec un médecin pour des ennuis de santé ou autres

CONTACTS

Site Campus centre - niveau parking - La maison de la Santé
ssu@u-pec.fr, 01 45 17 15 15

Accompagnement des étudiants en situation de handicap

> 01 45 17 13 83, handicap@u-pec.fr

Cellule d'écoute stop-violences contre le harcèlement et les violences sexistes, sexuelles, homophobes, transphobes, racistes et antisémites.

> stop-violences@u-pec.fr



LES SALLES INFORMATIQUES EN LIBRE-SERVICE

Les étudiants ont accès à des salles informatiques en libre-service sur présentation de leur carte d'étudiant :

SITE CAMPUS CENTRE

Bâtiment T – 3e étage - salles 304, 305, 306, 307, 308

Horaires d'ouverture :

- Du lundi au vendredi de 8h00 à 19h45
- Le samedi de 8h00 à 11h45

Tél : 01 45 17 65 16

Bâtiment P4 - niveau dalle - salles 38, 42, 44, 47, 51

Horaires d'ouverture :

- Du lundi au vendredi de 8h00 à 19h45
- Le samedi de 8h00 à 11h45

Tél : 01 45 17 18 57

CAMPUS MAIL DES MECHES

Bâtiment de Sciences économiques et de gestion – 2e étage - salles 204 et 205

Horaires d'ouverture :

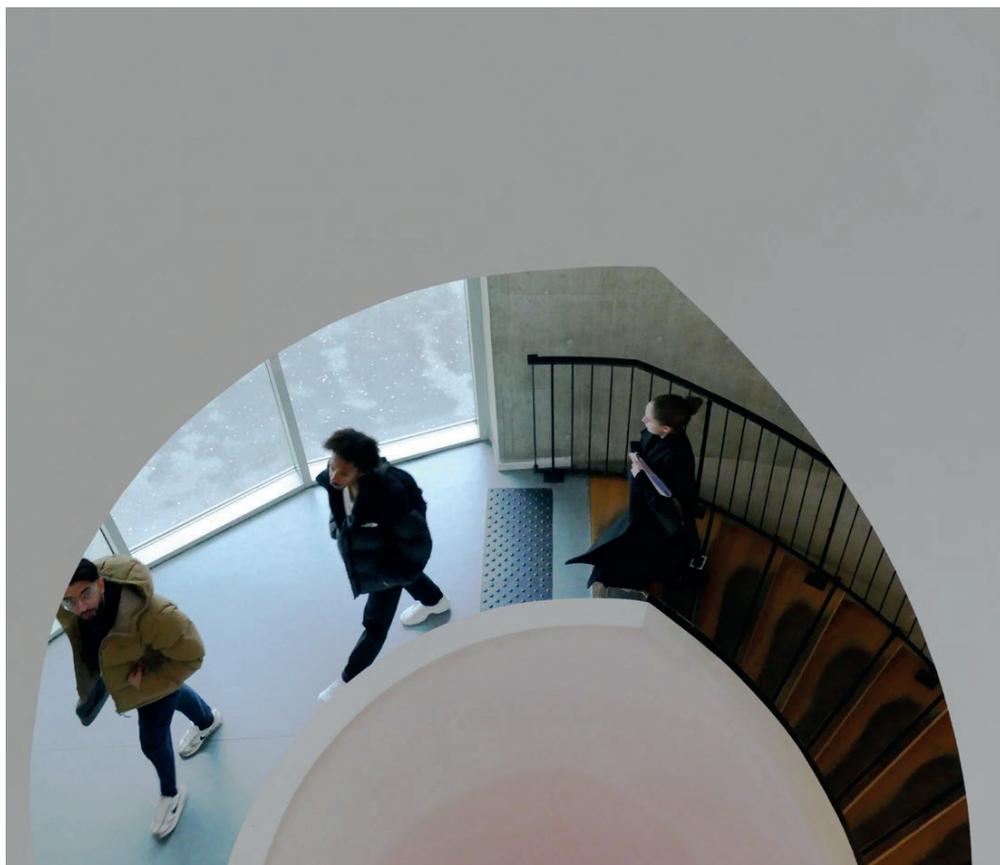
- Du lundi au vendredi de 9h00 à 17h45
- Fermeture le samedi

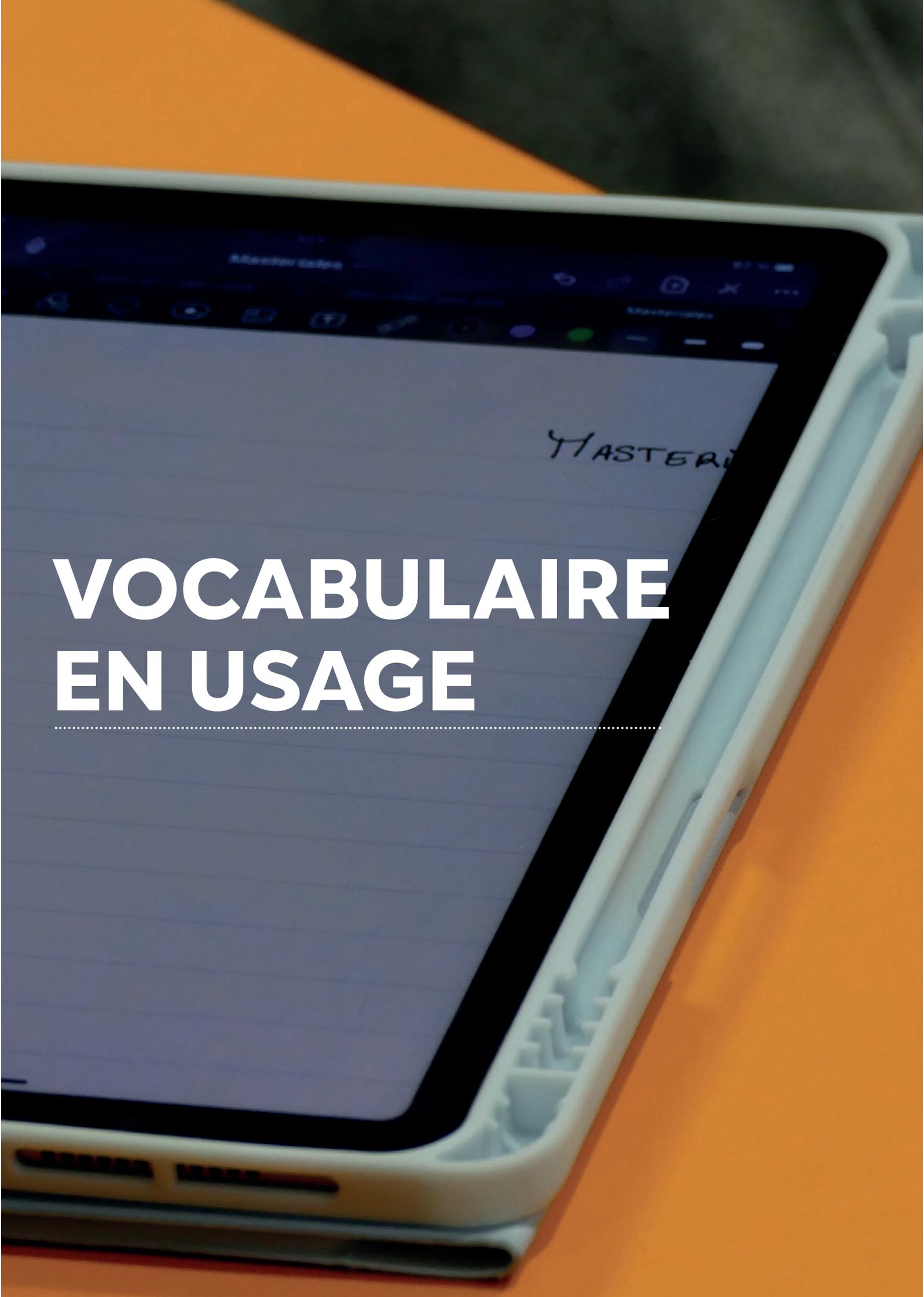
Tél : 01 41 78 46 29

SITE DE L'IUT SÉNART

Bâtiment FU1 (rez-de-chaussée) : porte 005

Du lundi au vendredi (pour l'ensemble du site) : 13h - 18h





VOCABULAIRE EN USAGE

AGREGATION

Concours de recrutement de l'enseignement secondaire, se prépare à Bac + 4 (après le master 1 ou la maîtrise, sous réserve d'obtention du master 2 au moment de l'admissibilité) ou Bac + 5 (après l'obtention d'un M2 ou pour les titulaires du CAPES).

CAPES

Certificat d'Aptitude au Professorat de l'Enseignement du Second Degré : Concours de recrutement des Professeurs certifiés. Se prépare à bac +3, au cours d'un master MEEF (voir à Master) : épreuves d'admissibilité et d'admission à la fin du M1 et titularisation à la fin du M2, sous réserve de l'obtention du master complet.

CAPLP

Certificat d'Aptitude au Professorat de Lycée Professionnel

CVEC

Contribution de Vie Etudiante et de Campus : contribution financière obligatoire, instituée par la loi "Orientation et réussite des étudiants", due par les étudiants et collectée par les Crous. Elle permet de financer des projets variés liés à la vie de campus et à l'amélioration des conditions de vie et d'étude.

CRPE

Concours de Recrutement des Professeurs des Ecoles.

CM

Cours magistral : cours sous forme de conférence, dispensé devant un public important, parfois en amphithéâtre.

DEUG

Diplôme d'Etudes Universitaires Générales (diplôme intermédiaire délivré à l'issue du semestre 4), délivré sur demande.

DST

Devoir sur table ». Exercice écrit du contrôle des connaissances effectué sous le contrôle d'un enseignant ou d'un surveillant (par opposition au 'devoir maison').

ECTS

European Credit Transfer System : crédit d'enseignement pour la mobilité européenne. Les ECTS expriment, sous la forme d'une valeur numérique, la quantité de travail que requiert chaque unité de cours (UE ou ECUE). Une année d'enseignement supérieur est fixée à 60 crédits = 30 crédits par semestre d'études. Une licence correspond donc à 180 ECTS.

ECUE

Elément constitutif d'une unité d'enseignement (UE) = matière.

FA

L'alternance est un système de formation fondé sur une phase pratique et une phase théorique qui alternent. L'alternance permet de concilier travail en entreprise et formation à l'université

FC

Formation continue : La formation continue est un processus d'apprentissage qui permet d'acquérir des compétences tout au long de sa vie professionnelle. Elle s'adresse principalement aux individus ayant fini ou interrompu leurs études et ayant déjà mis un pied dans la vie active.

FI

Formation Initiale : La formation initiale correspond au cursus scolaire classique.

FSDIE

Fonds de Solidarité et de Développement des Initiatives Etudiantes. L'Université a la possibilité de rémunérer des étudiants pour des tâches administratives. Se renseigner auprès du service Stages-Emplois (Vie et culture de l'étudiant).

INSPÉ

Instituts Nationaux Supérieurs du Professorat et de l'Éducation qui participent à la gestion pédagogique et administrative des masters MEEF.

LAS

Licences option Santé ou Licences Accès Santé

MASTER

correspond à 4 semestres d'études (2 ans) et à 120 crédits européens. Le master fait suite à la licence.

MASTERS MEEF

Métiers de l'Enseignement, de l'Éducation et de la Formation. Ces masters préparent aux concours de l'enseignement primaire et secondaire, en LCE, Lettres, Histoire-Géographie à la Faculté des LLSH.

OPTIONS « FACULTÉ »

options proposées dans les domaines arts, lettres, langues et sciences humaines et sociales par les dix départements de la Faculté de Lettres, Langues et Sciences humaines. Les descriptifs des cours sont disponibles et rassemblés dans le « livret des options Faculté » sur le site Internet de la Faculté : <http://llsh.u-pec.fr/>

OPTIONS D'OUVERTURE

ces options sont proposées par l'ensemble des Facultés de l'UPEC et consultables dans le livret spécifique appelé « Catalogue des options d'ouverture » disponible en ligne sur le site de l'UPEC : <http://www.u-pec.fr/>

PARCOURS

Ensemble cohérent d'unités d'enseignement capitalisables et transférables. Une mention ou spécialité de licence peut comprendre plusieurs parcours. Ils peuvent être à vocation générale, appliquée ou professionnelle.

TD TRAVAUX DIRIGÉS

cours par petit groupe, pendant lequel la participation active des étudiants est requise.

THÈSE DE DOCTORAT

Se prépare en 3 ou 4 ans après le master 2 recherche. L'inscription « en thèse » est soumise à l'approbation du Professeur qui accepte de la diriger. La thèse est nécessaire pour postuler à un poste de Maître de Conférences dans une université.

UE

Unité d'enseignement homogène comportant éventuellement plusieurs ECUE.

UFR

Unité de Formation et de Recherche. Dénomination officielle de ce qu'on appelle couramment Faculté.

VAE

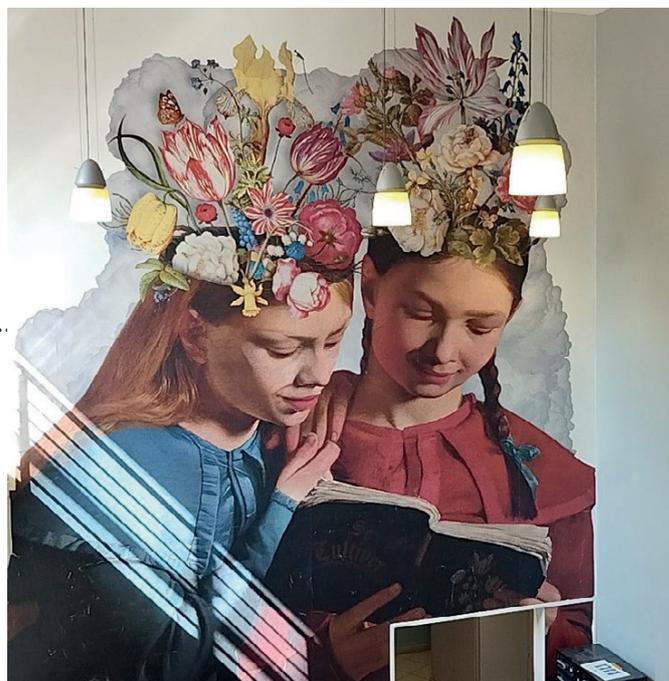
Validation des Acquis de l'Expérience - permet à toute personne engagée dans la vie active d'obtenir tout ou partie d'un diplôme en faisant valoir ses expériences personnelles et/ou professionnelles.

En savoir plus : fc-vae@u-pec.fr

VAP

Validation des Acquis Professionnels - permet à toute personne engagée dans la vie active de faire valoir des expériences professionnelles dans le but de reprendre des études et candidater à une formation.

En savoir plus : fc-vae@u-pec.f



LI2&3

Dans quelle salle CEN est mon cours ? CES

1

Entrez votre identifiant court et votre mot de passe.

Pour les personnels : prenom.nom

Pour les étudiants : numéro du code barre de votre carte d'étudiant

Pour les externes : e2XXXXXXX ou extXXXXX

Identifiant court :

Mot de passe :

SE CONNECTER

JE ME CONNECTE

identifiant & mot de passe étudiant

2

LISTE DES RESSOURCES

Nom

- Groupes
 - 900 - DIFPRO
 - 900 - Groupes Services centraux et d
 - 900 - MIEE
 - 900 - OSU-EFLUVE
 - 900 - PATRIMOINE
 - 901 - UFR DROIT
 - 902 - UFR LETTRES CC
- Enseignements 1er Semestre

JE SÉLECTIONNE LE BON DOSSIER

en cliquant sur les flèches
groupe > UFR lettres CC
> Enseignements 1er semestre

3

CALENDRIER

Semaines

SEPTEMBRE 2025

L	M	M	J	V	S	D
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5

Aujourd'hui

JE VÉRIFIE LE JOUR ET LA SEMAINE

En sélectionnant votre jour
dans l'agenda

mon-edt.u-pec.fr/direct



LI 2 & 3

Où se trouve ma salle ?

CEN CES

CAMPUS CENTRE (CC)

Salle **i3-218**

i = Bâtiment i
i3 = couloir i3 (jaune)

2 = 2ème étage
218 = numéro de salle

Salle **P2-019**

P = Bâtiment P
P2 = couloir P2

019 = numéro de salle

MAIL DES MÈCHES

Salle **ML-201**

ML = Bâtiment MLRI

2 = 2ème étage
201 = numéro de salle

Salle **eco-303**

eco = Bâtiment FSEG

3 = 3ème étage
303 = numéro de salle

Plan



LI2 & 3

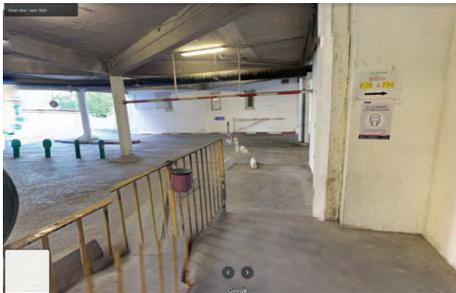
Les salles cachées

CEN CES

Salle i1-P28
Salle i1-P34

Bâtiment i
Niveau parking

Accès des salles
par les escaliers du bâtiment i
et par le parking couvert de l'Upec
Fléchage des salles niveau parking



Salle BM-006
Salle BM-102

à côté du bâtiment P
Niveau parking

Accès des salles
par les escaliers face bâtiment P
après la BU



Salle pf901
à pf904

Face au bâtiment P
Niveau parking

Accès des salles
par les escaliers du bâtiment i
et par le parking couvert de l'Upec



SECRETARIAT DE LA LICENCE PRO

Campus centre, Bâtiment i
1ère étage, aile i2, bureau 108
01 45 17 11 89
alternance-llsh@u-pec.fr

*Scannez
pour envoyer un mail*





**Ish.
u-pec
.fr**