

La Licence 3 du CELSA est une licence générale qui s'inscrit dans les sciences de l'information et de la communication. Elle est ancrée dans les sciences humaines et sociales et permet une spécialisation progressive en sciences de l'information et de la communication et la découverte des enjeux professionnels des métiers de la communication. 5 parcours sont proposés – Entreprises et institutions, Marque, Médias, Ressources humaines et conseil, Le Magistère – en vue de l'obtention du diplôme de Licence Information et communication.

ENTRÉE

Bac + 2, Bac + 3*
Dossier + partie écrite en temps limité
Oral : entretien avec un jury
Pas de concours d'entrée en Master 1

ORGANISATION DES ÉTUDES

1 année d'étude, cours de septembre à mars
500 h, 60 crédits ECTS, stage de 3 à 4 mois

4 UNITÉS D'ENSEIGNEMENT :

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

RÉPARTITION DES COURS

Les cours magistraux constituent la moitié des enseignements. Les travaux dirigés, ateliers, projets tutorés, mises en situations professionnelles, enquêtes, exposés représentent l'autre moitié des enseignements.

STAGE DE 3 À 4 MOIS

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

**PARCOURS
ENTREPRISES ET INSTITUTIONS**

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

EXEMPLES DE STAGES

Entreprises :
BNP Paribas – Électricité de France – Télévision & co –
Fondation académie de médecine – Opinion Way.

Fonctions / missions :

Assistant chef de projet
Assistant chargé d'études
Attaché de presse

**PARCOURS
LE MAGISTÈRE**

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

→ **EXEMPLES DE STAGES**

Entreprises :

Havas Media France – France Télévisions – TBWA corporate –
Art Actuel – Direction générale des finances

Fonctions / missions :

Assistant chef de projet
Assistant chef de publicité
Chargé d'études
Chargé de communication

**PARCOURS
MARQUE**

La consommation est un domaine en mutation constante et rapide. Si les théorisations se sont élaborées sur un temps long, les théories, les démarches, les outils et les

* accès spécifiques : candidats aux concours des ENS et au concours d'entrée à l'École nationale des Chartes ; étudiants L2 et L3 voie interne Sorbonne Université. Voir www.celsa.fr



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

→ EXEMPLES DE STAGES

Entreprises :

Éditions Fayard – Ralph Lauren France – Brand + Think – Buster film – France 2 – Le Bon Marché – KR Médias – W & Cie – LVMH – Publicis 133 – Peclers

Fonctions / missions :

Assistant planning stratégique
 Chef de projet junior
 Participation développement marketing

PARCOURS MÉDIAS

Le parcours Médias a été créé en réponse aux transformations médiatiques que vivent les secteurs de la communication. Il forme des spécialistes des médias et de la communication numérique, dont l'expertise très pointue est alliée à des compétences transversales en communication, marketing et ressources humaines. L'enseignement porte sur l'ensemble des transformations médiatiques dans leurs dimensions culturelle, technique, sociale, économique. L'analyse englobe les changements dans les usages et dans les pratiques professionnelles.

Les étudiants se destinent à accompagner l'évolution des médias, à la fois dans les entreprises de médias (presse, télévision, radio) et dans les médias d'entreprise, notamment dans les médias dits numériques.

→ EXEMPLES DE STAGES

Entreprises :

Radio France – TBWA – Publicis conseil – A&T films – France Télévision

Fonctions / missions :

Attaché de production
 Assistant marketing web
 Community manager
 Chargé de communication junior

PARCOURS RESSOURCES HUMAINES ET CONSEIL

L'accélération des transformations technologiques, le renouvellement des modes de coopération, les enjeux culturels liés à la mondialisation et l'importance croissante de la

communication dessinent les nouveaux contours du monde du travail.

Le parcours Ressources humaines et conseil forme des étudiants capables d'analyser les évolutions des organisations, à partir d'enseignements en sciences humaines et sociales, de cas pratiques et d'interventions de professionnels.

Les étudiants acquièrent les savoir-faire pour mettre en place les stratégies de communication et les processus RH (recrutement et talent acquisition, gestion des compétences et des carrières, amélioration des conditions de travail, RSE et diversité, ...), et accompagner les changements dans les organisations (pratiques de management, digitalisation,...).

Le parcours permet d'exercer les métiers des ressources humaines, de la communication et du conseil en management et accompagnement du changement, au sein d'une entreprise, d'une institution publique ou d'un cabinet de conseil.

→ EXEMPLES DE STAGES

Entreprises :

Afflelou – France Telecom – Nespresso – Darty – Alliance Healthcare France

Fonctions / missions :

Participation à une mission de recrutement
 Élaboration d'un livret d'accueil
 Participation à l'élaboration des référentiels fonction
 Assistant RH (recrutement, formation, paie...)
 Consultant junior
 Chargé de marketing RH

RESPONSABLES DE FORMATION

Enseignantes-chercheuses :

Nelly QUEMENER, professeure des universités
 Lisa BOLTZ, maîtresse de conférences
 Rym KIRECHE-GERWIG, maîtresse de conférences

Coordnatrice administrative et pédagogique :

Julie SALLABERRY

VIE ÉTUDIANTE ET ASSOCIATIVE

Bureau des élèves : activités culturelles, humanitaires et sportives (L'Entracte, troupe de théâtre ; FastNCurious, newsletter sur les problématiques de la communication ; CELSA Huma, association caritative...)

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

LES PROGRAMMES DÉTAILLÉS SONT DISPONIBLES SUR LE SITE INTERNET WWW.CELSA.FR