

# **Licence en communication des organisations**

## **PRÉSENTATION DE LA LICENCE EN COMMUNICATION DES ORGANISATIONS**

### **Contexte**

La Licence en Communication des Organisations est en phase avec les tendances managériales actuelles en ce qui concerne le rôle et l'importance de la communication dans les organisations. Si le contexte est marqué par :

- La prolifération des activités de communication à travers la création d'agence conseil ;
- Le recours de plus en plus accru des organisations à la communication pour mettre en exergue leurs activités ;
- La spécification des activités de communication à travers des domaines aussi divers et variés tels que la communication financière, la communication institutionnelle, la communication de crise, etc. ;
- Les contraintes imposées par la démocratie avec notamment une mise en exergue des échanges avec le citoyen-usager dans les services publics ;
- La prolifération des instituts universitaires privés ;
- L'intérêt que suscite la communication des organisations en tant que domaine de formation.

Il n'en demeure pas moins que le domaine de la Communication des Organisations exige du point de vue de la formation, une mobilisation des savoirs tant théoriques que professionnels. Dès lors, la Licence en Communication des Organisations proposée par l'ESSTIC comporte des particularités qui font d'elle un cycle de formation à la fois complet et adapté aux mutations professionnelles. La Licence professionnelle en Communication des Organisations a de ce fait pour but de former des cadres spécialisés en communication capables de travailler dans divers types d'organisation.

### **Objectifs de la formation**

La Licence professionnelle en Communication des Organisations apporte des connaissances et des compétences précises à l'étudiant afin qu'il puisse entrer facilement sur le marché du travail dans le secteur de la communication. Elle a pour objectifs concrets de fournir aux étudiants des bases théoriques et méthodologiques en sciences de l'information et de la communication en vue d'analyser et de mettre en œuvre des stratégies de communication et de traitement de l'information. Elle vise à former les étudiants aux enjeux que recouvrent les processus d'information et de communication.

Elle vise entre autres pour objectifs :

- **Former** des professionnels disposant de bases dans les domaines de base de la communication ;
- **Permettre** la maîtrise des outils de communication stratégique des organisations ;
- **Permettre** la maîtrise des outils spécifiques à la mise en œuvre des stratégies de communication dans les organisations ;
- **Accroître** la maîtrise des techniques et des outils de la communication dans ses domaines spécialisés (communication interne, communication institutionnelle, communication de crise);
- **Permettre** aux professionnels formés de gérer les relations avec la presse et organiser les rencontres avec les médias ;
- **Permettre** aux professionnels formés de mettre en œuvre des campagnes de communication et assurer la cohérence des messages véhiculés par les organisations;
- **Permettre** une interaction entre les organisations et leurs publics cibles;
- **Permettre** aux étudiants de se familiariser avec les théories de la communication pour un approfondissement éventuel de leurs connaissances théoriques en communication.

La particularité de cette Licence est la densité de son programme théorique allié aux aspects pratiques et professionnels développés au cours de la formation. D'une durée de trois (03) ans, la Licence en Communication des Organisations forme des professionnels de la communication, en abordant l'essentiel des problématiques liées à la mise en visibilité des organisations. Les étudiants en sortant sont recherchés par les entreprises, que ce soit pour travailler au sein d'agences conseil, au sein des entreprises, des collectivités territoriales, des institutions publiques et des organisations internationales.

### Descriptif sommaire

<b>Nature de la formation</b>	<b>Professionnelle</b>
<b>Niveau du diplôme</b>	BAC+3
<b>Crédits ECTS</b>	180
<b>Durée des études</b>	3 ans
<b>Débouchés</b>	Spécialistes en Communication des Organisations Spécialistes en Communication événementielle Média-planneur Spécialistes en Communication interne Spécialistes en relations presse Attachés de presse

La formation en Licence Communication des Organisations est ouverte aux candidats souhaitant suivre une formation continue de niveau Licence et aux professionnels qui souhaitent fixer leurs connaissances dans les domaines de la Communication et spécialement celle des organisations.

L'admission des étudiants est faite sur concours pour les candidats régulier et sur étude de dossier pour les auditeurs libres.

La Licence professionnelle en Communication des Organisations accueille par ailleurs les étudiants et professionnels aux profils suivants :

- Titulaire du Bac ou de diplôme équivalent ou tout autre diplôme reconnu équivalent;
- Professionnels et cadres d'entreprise ayant des connaissances techniques et devant mettre en œuvre des politiques de communication;
- Praticiens souhaitant renforcer leurs connaissances dans les domaines suscités ;
- Professionnels d'autres secteurs d'activités influencés par la communication.

La Licence en Communication des Organisations est un programme qui allie à la fois des enseignements théoriques et pratiques sur la communication, dispensés en cours. Une application progressive de ceux-ci dans le cadre de stages professionnels s'effectue à la fin de la première année, à la fin de la seconde année et au terme de la troisième année à travers des stages allant de un à trois mois. La démarche pédagogique s'appuie sur le lien entre les connaissances dispensées pendant les cours et le contact avec les organisations.

La formation d'une durée de trois (03) ans s'appuie sur un cursus pédagogique qui allie des périodes d'enseignement avec une période de stage de moyenne durée (un, deux et trois mois).

Contrairement à une licence classique, cette formation s'adresse avant tout aux étudiants souhaitant intégrer la vie active. Pour cela, un condensé des disciplines transversales (gestion, management) et des matières spécifiques sont étudiés.

**GRILLE DE COURS - SEMESTRE 1**

**LICENCE EN COMMUNICATION DES ORGANISATIONS 1**

<b>CODE</b>	<b>Unités d'Enseignements</b>	<b>Crédits</b>	<b>Heures</b>	<b>Enseignements</b>	<b>Volume horaire (CM, TP, TPE)</b>
COF11	<b>Introduction à la profession</b>	8	200	Histoire de la Communication des Organisations (C.O)	50H
				Entreprises et métiers de la C. O.	50H
				Enjeux et domaines de la C.O.	50H
				Marketing fondamental	50H
COF12	<b>Approche des organisations</b>	6	150	Publics des organisations	50H
				Théories et typologie des organisations	50H
				Economies des organisations	50H
COF13	<b>Travaux pratiques approfondis</b>	4	100	Revue des activités de communication dans les organisations	25H
				Visites guidées	25H
				Initiation à la communication digitale/métiers de la communication digitale	50H
COF14	<b>Expression et Communication 1</b>	6	150	Français/Anglais	50H
				Formation bilingue Français/Anglais	25H
				Trait. Text, logiciels (Word, Excel, Power Point, etc.)	50H
				Lectures dirigées TC/CO1	25H
COC1	<b>Enseignements complémentaires 1</b>	6	150	Méthodologie du travail universitaire	25H
				Introduction aux théories de la Com	50H
				Introduction au marketing digital	50H
				APS	25H
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>750</b>		<b>750H</b>

**GRILLE DE COURS - SEMESTRE 2**

**LICENCE EN COMMUNICATION DES ORGANISATIONS 1**

<b>CODE</b>	<b>Unités d'Enseignements</b>	<b>Crédits</b>	<b>Heures</b>	<b>Enseignements</b>	<b>Volume horaire (CM, TP, TPE)</b>
COF21	<b>Techniques et outils de la Communication des Organisations</b>	8	200	Communication professionnelle des organisations	50H
				Connaissance des réseaux et des médias sociaux	50H
				Communication audiovisuelle	50H
				Communication print des organisations	25H
				Communication électronique	25H
COF22	<b>Image et identité des organisations</b>	6	150	Image et image de marque	75H
				Identité des organisations	75H
COF23	<b>Expression et communication 2</b>	6	150	Français/Anglais	50H
				Formation bilingue	50H
				Informatique	50H
COC2	<b>Enseignements complémentaires 2</b>	4	100	Connaissance des institutions	50H
				Métiers connexes 1, introduction au journalisme	25H
				Métiers connexes 2, information documentaire	25H
COF24	<b>Stage professionnel</b>	6	150	Stage de découverte et d'imprégnation d'une durée d'un mois	150H
				Rapport de stage	
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>750</b>		<b>750H</b>

### **GRILLE DE COURS - SEMESTRE 3**

### **LICENCE EN COMMUNICATION DES ORGANISATIONS 2**

<b>CODE</b>	<b>Unités d'Enseignements</b>	<b>Crédits</b>	<b>Heures</b>	<b>Enseignements</b>	<b>Volume horaire (CM, TP, TPE)</b>
COF31	<b>Relations publiques/Relations presse</b>	8	200	Techniques d'argumentation professionnelle	50H
				Outils et gestion des relations presse	50H
				Domaines et outils des Relations publiques	50H
				Techniques de promotion de l'image des organisations	50H
COF32	<b>Techniques de marketing</b>	4	100	Etudes de marché	50H
				Marketing stratégique	50H
COF33	<b>Travaux pratiques approfondis</b>	8	200	Conception et réalisation de supports audio	50H
				Conception et réalisation de supports vidéo	50H
				Pratiques des médias sociaux/réseaux sociaux	50H
				Conception et réalisation de supports imprimés	50H
COF34	<b>Expression et Communication 3</b>	4	100	Conception et animation de sites intranet	25H
				Techniques d'expression orale	25H
				TIC (création graphique 1 )	50H
COC3	<b>Enseignements complémentaires 3</b>	6	150	Droit d'auteur	25H
				Connaissance des médias	25H
				Métiers connexes 2 (initiation à l'édition)	25H
				Initiation au community management	75H
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>750</b>		<b>750H</b>

#### **GRILLE DE COURS - SEMESTRE 4**

#### **LICENCE EN COMMUNICATION DES ORGANISATIONS 2**

<b>CODE</b>	<b>Unités d'Enseignements</b>	<b>Crédits</b>	<b>Heures</b>	<b>Enseignements</b>	<b>Volume horaire (CM, TP, TPE)</b>
COF41	<b>Communication publicitaire</b>	8	200	Circuit publicitaire	25H
				Media planning	25H
				Initiation et management des campagnes publicitaires	50H
				Stratégie digitale	50H
				Marketing opérationnel	50H
COF42	<b>Communication événementielle</b>	6	150	Marketing événementiel	50H
				Régie événementielle	50H
				Pratiques protocolaires	50H
COF43	<b>Expression et communication 4</b>	4	100	Techniques d'animation et de présentation	25H
				Conception et animation des blogs	25H
				Création et animation de sites web	50H
COC4	<b>Enseignements complémentaires 4</b>	4	150	Objets publicitaires et événementiels africains	25H
				APS	25H
				Atelier de community management	50H
COF44	<b>Stage professionnel</b>	8	200	Stage d'application en techniques professionnelles d'une durée de deux (02) mois	200H
				Rapport de stage	
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>750</b>		<b>750H</b>

### GRILLE DE COURS - SEMESTRE 5

### LICENCE EN COMMUNICATION DES ORGANISATIONS 3

--	--	--	--	--	--

<b>CODE</b>	<b>Unités d'Enseignements</b>	<b>Crédits</b>	<b>Heures</b>	<b>Enseignements</b>	<b>Volume horaire (CM, TP, TPE)</b>
COF51	<b>Communication commerciale</b>	6	150	Gestion des marques	50H
				Marketing direct	50H
				PLV et force de vente	50H
COF52	<b>Communication spécialisée</b>	6	150	Communication publique et sociale	50H
				Communication de crise	50H
				Communication financière	50H
COF53	<b>Stratégie de communication</b>	6	150	Pratique de l'audit en communication	50H
				Elaboration et mise en œuvre d'une stratégie de communication	50H
				Techniques de veille médiatique	50H
COF54	<b>Travaux pratiques approfondis</b>	7	175	Production audiovisuelle	50H
				Création et animation de sites web	50H
				Elaboration et mise en œuvre d'une campagne de communication digitale	50H
				Photographie publicitaire	25H
COC5	<b>Enseignements complémentaires 5</b>	5	125	Création graphique 2	50H
				Outils d'insertion professionnelle 1 : techniques administratives	25H
				Outils d'insertion : notions de comptabilité	25H
				APS	25H
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>750</b>		<b>750H</b>

**GRILLE DE COURS - SEMESTRE 6**



### LICENCE EN COMMUNICATION DES ORGANISATIONS 3

CODE	Unités d'Enseignements	Crédits	Heures	Enseignements	Volume horaire (CM, TP, TPE)
COF61	<b>Communication et sciences sociales</b>	4	100	Sémiologie de l'image	25H
				Réalisation de supports digitaux	50H
				Psychosociologie de la communication	25H
COF62	<b>Ethique et déontologie</b>	4	100	Ethique, déontologie et pratiques professionnelles en C.O.	50H
				Pratique des relations presse	25H
				Droit de l'information et de la communication	25H
COF63	<b>Préparation à l'insertion professionnelle</b>	6	150	Séminaire d'insertion professionnelle	25H
				Rencontres professionnelles	25H
				Processus de création d'une entreprise/montage de projets	25H
				Gestion d'un service de communication	50H
COF64	<b>Travaux pratiques approfondis 6</b>	6	150	Productions de films institutionnels	50H
				Réalisation d'un journal d'entreprise et de plaquettes d'entreprises	50H
				Projets tutorés	50H
COF65	<b>Stage professionnel</b>	5	125	Stage professionnel d'une durée de trois mois et rapports de stage	125H
COF66	<b>Réalisations professionnelles</b>	5	125	réalisations professionnelles (deux réalisations au choix)	125H
<b>Total</b>		<b>30</b>	<b>750</b>		125H

# **SYLLABUS DE LA LICENCE EN COMMUNICATION DES ORGANISATIONS**

## **COMMUNICATION DES ORGANISATIONS : LICENCE I-SEMESTRE 1**

### **I.1.UNITES D'ENSEIGNEMENTS FONDAMENTALES (L1/S1)**

#### **COF11 INTRODUCTION A LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS**

L'objectif de cette unité d'enseignement est de découvrir l'environnement de la communication des organisations. Elle explore les différents métiers et publics de la Communication des Organisations. Elle s'ouvre sur un rappel historique qui permettra ensuite à l'étudiant de bien cerner les origines et l'évolution de la Communication des Organisations ainsi que ses domaines.

Elle se subdivise en quatre (04) cours :

- Histoire de la Communication des Organisations
- Entreprises et métiers de la Communication des Organisations
- Enjeux et domaines de la Communication des Organisations
- Marketing fondamental

- **Histoire de la Communication des Organisations**

Ce cours a pour objectif de présenter aux étudiants les fondements historiques de la Communication des Organisations à travers notamment ses pionniers, ses origines et son évolution dans le temps.

- **Entreprises et métiers de la Communication des Organisations**

Cet enseignement a pour objectif de faire connaître les métiers et le champ professionnel de la Communication des Organisations. Il dresse par conséquent un panorama des métiers et des entreprises de la C.O.

- **Enjeux et domaines de la Communication des Organisations**

Cet enseignement vise à ouvrir l'esprit de l'étudiant sur la C.O. comme champ d'enseignement et de recherche. Il apporte tout d'abord des clarifications sur certains concepts, notamment ceux

de communication d'entreprise, de Relations publiques et de marketing. Il s'attelle en particulier à montrer à l'étudiant la place, le rôle, l'importance, les métiers d'une part et les pratiques, d'autre part, qui s'inscrivent dans ce concept et lui en indiquera les points de convergence au-delà de leur diversité. Cet enseignement situera également la communication des organisations au sein des champs de recherche et des domaines de la connaissance en communication.

- **Marketing fondamental**

L'enseignement introduira le marketing comme approche de l'activité des entreprises et des organisations. « Bien connaître le marché, rester à l'écoute du client, lui offrir un produit de qualité... pratiquer le marketing. » (Kotler et Dubois). Il présentera le mix marketing comme outil conceptuel central de compréhension et d'utilisation de la démarche marketing.

## **COF12 APPROCHES DES ORGANISATIONS**

Cette unité d'enseignement vise à doter les apprenants de connaissances leur permettant de se familiariser avec l'univers de la communication des organisations. En outre, elle permet de mieux comprendre les principes de gestion d'une organisation, quelque soit sa typologie. Elle se subdivise en trois enseignements :

- Publics de la Communication des Organisations
- Théories et typologie des organisations
- Economies des organisations

- **Publics des Organisations**

Ce cours a pour but d'apporter le maximum de connaissances sur les publics de l'organisation et leurs différentes interactions avec cette dernière. L'accent est de ce fait mis sur la diversité de ces publics, leurs attentes, leur typologie et leur accessibilité.

- **Théories et typologie des organisations**

Les études organisationnelles s'intéressent à plusieurs champs organisationnels : sociologie, psychologie, psychosociologie, économie, gestion, etc. Il importe par conséquent d'aborder les différentes théories qui peuvent être convoquées dans la compréhension des phénomènes organisationnels dans le cadre de ce cours. Il aborde par ailleurs les caractéristiques spécifiques et distinctives des principales formes organisationnelles.

- **Economie des organisations**

Ce cours a pour visée de fournir à l'apprenant une connaissance des composantes de l'entreprise sur le plan organisationnel. Il indiquera les axes et principes de gestion de l'entreprise ainsi que

ses modes d'action. Le but étant de préparer le futur cadre à son insertion dans le milieu de travail et à contribuer, à partir de sa position éventuelle dans cet ensemble, au développement harmonieux de l'organisation.

### **COF13 TRAVAUX PRATIQUES APPROFONDIS**

Cette unité d'enseignement essentiellement pratique se propose d'offrir à l'apprenant un cadre d'application lui permettant de consolider sa formation. Il s'agira au premier semestre de renforcer les connaissances des pratiques professionnelles relevant du domaine de la communication des organisations à travers le suivi des activités de communication des organisations environnantes et des visites guidées.

L'unité d'enseignement comporte deux cours :

- Revue des activités de communication dans les organisations
- Visites guidées
- Initiation à la communication digitale/métiers de la communication digitale

- **Revue des activités de communication dans les organisations**

Il s'agit pour les étudiants, d'observer à partir d'une méthodologie dispensée dans le cadre du cours, les activités de communication des organisations dans leur environnement et de les commenter par la suite. L'enseignement donnera ainsi lieu à des exposés et à des échanges pouvant éventuellement être menés en présence de professionnels.

- **Visites guidées**

Cet enseignement visera à donner une connaissance empirique et sensorielle à l'étudiant par rapport au métier et au champ d'activité qu'il aborde. Il consistera en des visites dans des entreprises et institutions du secteur de la communication des organisations sous l'encadrement d'un enseignant. Les descentes sur le terrain seront précédées d'un bref exposé de l'enseignant portant sur la présentation de l'entreprise à visiter, sa typologie, sa structure et son fonctionnement. Des comptes-rendus de visite serviront d'outil d'évaluation à cet enseignement.

- **Initiation à la communication digitale/métiers de la communication digitale**

L'enseignement va s'atteler à présenter les fondamentaux de la communication digitale, ce qu'elle est, ses spécificités, ses visées et comment on s'y prend. Il va en outre dresser un panorama des métiers de la communication digitale dans une organisation.

## COF14 EXPRESSION ET COMMUNICATION 1

Cette unité d'enseignements a pour objectif de faire acquérir et de renforcer les capacités d'expression linguistique et de communication écrite de l'apprenant. Elle est constituée de quatre enseignements :

- Français/ Anglais
- Formation bilingue
- Traitement de texte (Word, excel, power point...)
- Lectures dirigées

- **Français/Anglais**

A la fin de ce cours, les étudiants de première année de l'ESSTIC doivent être capables d'écrire correctement la première langue (française ou anglaise) en évitant les fautes de grammaire ou d'orthographe courantes. Contenu : la grammaire normative française ou anglaise, l'orthographe française ou anglaise.

- **Formation bilingue**

Le cours visera une mise à niveau des étudiants de première année en matière de grammaire normative et d'orthographe de la deuxième langue. La démarche consistera en une évaluation préalable des étudiants de manière, d'une part, à procéder à des regroupements par niveau de langue éprouvé, et d'autre part par catégorie de problèmes manifestés. L'enseignement sera autant que possible personnalisé, pratique et interactif.

- **Traitement de texte (Word, etc)**

Connaissance du hard des périphériques d'entrée stockage. Connaissance des systèmes d'exploitation

Windows et Linux. Pratique du traitement informatique de texte (Word et traitement de texte open office).

- **Lectures dirigées**

Le cours de lectures dirigées vise trois objectifs principaux : donner le goût de la lecture et l'habitude de la lecture aux étudiants dès leur entrée dans le cycle académique supérieure ; s'assurer de la pertinence et de l'efficacité de leurs activités de lecture ; donner quelques ficelles de l'activité de lecture aux étudiants. Le cours sera essentiellement pratique et reposera sur la participation personnelle de l'étudiant. Après un exposé introductif portant sur les genres de lecture et les ficelles de la lecture, le travail de l'enseignant consistera à suivre un rythme de consommation régulier de lecture à chaque étudiant, à veiller à la pertinence de la lecture à travers l'activité de notes de lectures.

## **I.2.UNITE D'ENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES (L1/S1)**

Cette unité d'enseignements a pour objectif de compléter les aptitudes professionnelles de l'apprenant avec des connaissances linguistiques et de sciences sociales en liaison avec les pratiques de son métier. Elle se divise en quatre (4) enseignements :

- Méthodologie du travail universitaire
- Introduction aux théories de la Communication
- Introduction au marketing digital
- APS

- **Méthodologie du travail universitaire**

Cet enseignement initie les apprenants aux méthodes de travail universitaire. Il permet à ces derniers de structurer leur pensée, de classer leur documentation, d'apprendre à construire un plan, d'élaborer des résumés et des fiches de lecture. A la fin du cours les apprenants seront capables de :

- acquérir des compétences de base de la vie de l'étudiant dans les domaines de ses méthodes de travail personnel ;
- Organiser le travail intellectuel (prise de note et structuration des connaissances etc.) ;
- Gérer ses études au niveau personnel (stress, gestion du temps etc.) ;
- Savoir rendre un travail d'étudiant (production écrite, citation, plagiat, référence, bibliographie etc.).

- **Introduction aux théories de la communication**

Il s'agit dans cet enseignement de définir le concept de communication, de présenter succinctement les principales théories de la communication et d'indiquer les penseurs de chacun des courants.

- **Introduction au marketing digital**

Définir ce qu'est le marketing, montrer les spécificités du marketing digital, amener l'étudiant à pratiquer à l'aide d'outils appropriés le marketing par le biais du digital. Tels sont les activités menées dans le cadre de cet enseignement.

- **Activités physiques et sportives**

Les APS sont constituées d'exercices pratiques destinés à maintenir la santé physique et mentale des étudiants et à entretenir un esprit sain et une certaine convivialité au sein du groupe.

## **COMMUNICATION DES ORGANISATIONS : LICENCE I-SEMESTRE 2**

### **I.1.UNITES D'ENSEIGNEMENTS FONDAMENTALES (L1/S2)**

#### **COF21 TECHNIQUES ET OUTILS DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS**

Cette unité d'enseignements poursuit plusieurs objectifs à savoir :

- Offrir à l'étudiant une connaissance des différents supports médias et hors médias ;
- Familiariser l'apprenant aux différents moyens et outils de la communication professionnelle et de contact ;
- Présenter et expliquer les techniques et outils permettant d'opérer avec pertinence et efficacité les choix des différents supports et moyens de communication.

L'unité d'enseignement se subdivise en quatre (4) cours :

- Communication professionnelle des organisations
- Connaissance des réseaux et des médias sociaux
- Communication audiovisuelle des organisations
- Communication électronique des organisations

- **Communication professionnelle**

Après avoir identifié les moyens de communication des organisations, le cours questionne leurs spécificités et leur efficacité afin de mieux les comprendre, cerner leurs enjeux et leur rôle. Le cours aborde par ailleurs le cadre de la communication professionnelle et les relations entre les différents acteurs.

- **Connaissance des réseaux et des médias sociaux**

Ce cours permettra à l'étudiant de se familiariser avec les notions de réseaux sociaux et de médias sociaux. Il va en dresser un panorama ; tout en indiquant les différentes fonctionnalités, les avantages et les limites de chacun d'entre eux etc.

- **Communication audiovisuelle des organisations**

Ce cours mettra l'accent sur la transmission d'une information par le biais d'une vidéo, soit un support qui donne à voir et écouter, avec des images en mouvement accompagnées d'interviews, de commentaires audio et de musique. Il abordera de ce fait les outils et techniques de communication audiovisuelle utilisées par les organisations. L'accent sera ainsi mis sur Le clip, la publicité, le court métrage, le reportage, la vidéo virale, le film événementiel, etc.

- **Communication print des organisations**

L'enseignement vise à montrer les spécificités de la communication print, ses outils, les procédés de production. L'enseignant pourra également amener les étudiants, au sein des organisations à identifier les outils print.

- **Communication électronique des organisations**

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) sont omniprésentes dans nos sociétés. Elles amènent à échanger des données tout le temps, où on se trouve et comme jamais. Les organisations ne semblent pas en marge de cette évolution. Ce cours aborde par conséquent la typologie et les moyens de communication audiovisuelle.

## **COF22 IDENTITE ET IMAGE DES ORGANISATIONS**

Cette unité d'enseignement met en exergue le processus de construction des référents identitaires d'une image de marque et offre en plus à l'apprenant, des outils lui permettant de définir la place d'une organisation dans un environnement concurrentiel. Elle est constituée de deux enseignements :

- Image et image de marque
- Identité des organisations

- **Image et image de marque**

Le cours explique le mécanisme de création et de construction d'image à partir d'une multitude d'éléments physiques et immatériels. Il s'agira notamment des référents tels l'identité visuelle, sonore, olfactive, sensorielle. Par ailleurs, l'image étant forgée par l'histoire de l'entreprise, ses dirigeants, son savoir-faire, sa communication, les différentes formes d'image seront également évoquées. L'apprenant au terme de cet enseignement sera à mesure d'assurer la cohérence entre tous les éléments constitutifs d'une image de marque pour une stratégie d'entreprise cohérente et pertinente.

- **Identité des organisations**

Dans la même lancée que l'enseignement précédemment présenté, ce cours d'identité des organisations a pour but de faire comprendre à l'apprenant que l'identité est une notion constructive. Le cours aborde alors les éléments constitutifs de l'identité de l'organisation et met en avant les procédés de mise en exergue de ces derniers. Le cours permettra également de définir la place d'une organisation par rapport à la concurrence à travers toutes les facettes et composantes qui bâtissent l'identité d'une organisation : le nom, le logo, la charte graphique, etc.

## **COF23 EXPRESSION ET COMMUNICATION 2**



Cette unité d'enseignements, dans le prolongement de l'expression et communication 1, vise le développement des aptitudes de l'étudiant dans les outils d'expression et de communication que sont la langue et Internet. Elle comprend les cours suivants:

- Français/Anglais (syntaxe et lexique)
- Renforcement formation bilingue Français/Anglais
- Navigation web (internet explorer et Mozilla firefox) et présentation powerpoint

- **Français/anglais (lexique et syntaxe)**

Cet enseignement vise la pratique juste et aisée de la première langue en situation de communication écrite à des fins personnelles, et dans le respect minimal des règles de syntaxe. Il vise également à cultiver la justesse et la richesse du vocabulaire chez l'apprenant.

- **Renforcement formation bilingue Français/Anglais (lexique et syntaxe)**

Cet enseignement vise à permettre à l'étudiant d'exprimer par écrit sa pensée dans la langue seconde, en évitant les fautes de syntaxe, et à enrichir et à diversifier son vocabulaire dans les différentes situations.

- **Navigation web (Internet explorer et Mozilla Firefox) et Présentation (Powerpoint)**

Connaissance des systèmes de navigation sur Internet, les moteurs de recherches thématiques et généralistes, les sites et blogs, le mailing, les mailing lists... La conception et la mise en page sur power point et autres logiciels de présentation, la manipulation de power point.

## **COF24 STAGE PROFESSIONNEL**

L'apprenant effectuera un stage de découverte et d'imprégnation d'une durée d'un mois dans une organisation.

### **I.2. UNITE D'ENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES (L1/S2)**

Cette unité d'enseignement vise l'acquisition de connaissances et de savoirs faire dans les domaines annexes de la publicité, et complémentaire au bon exercice des métiers de la publicité.

L'unité d'enseignement porte sur trois enseignements :

- Connaissance des institutions
- Métiers connexes 1, rédaction journalistique
- Métiers connexes 2, initiation à l'archivistique

- **Connaissance des institutions**

Ce cours a pour objectifs de faire comprendre les rôles des institutions administratives, publiques, financières, internationales, etc. ; de faire connaître les fondements de la fonction publique ; d'identifier les évolutions de ces institutions et l'incidence de celles-ci sur les activités des entreprises.

- **Rédaction journalistique**

Le style journalistique, ses formes ritualisées, les poncifs, les expressions consacrées. Le chapeau,

L'attaque, la chute, La phrase courte et incisive, sujet verbe complément, l'actif plutôt que le passif, etc. Les figures de style, la comparaison, la métaphore, l'hyperbole...

- **Initiation à l'archivistique**

Le cours se focalise sur les définitions et fonctions de l'archive, les fonctions sociales et administrative de ces dernières, la valeur juridique d'une archive, la classification et la déclassification, l'histoire de l'archivistique, les évolutions, les mutations, les techniques d'archivages, les normes, les codifications, la catégorisation des archives et l'archivage en entreprise.

## **COMMUNICATION DES ORGANISATIONS : LICENCE II-SEMESTRE 3**

### **II.1.UNITES D'ENSEIGNEMENTS FONDAMENTALES (L2/S3)**

## COF31 RELATIONS PUBLIQUES/RELATIONS PRESSE

Cette unité d'enseignements a pour objectif de maîtriser un ensemble de techniques permettant de mettre en œuvre une communication événementielle en faisant usage des différents moyens et outils que proposent les Relations presse. En outre l'étudiant sera capable d'initier et de mener des activités de parrainage et de mécénat au sein d'une entreprise. L'unité d'enseignement se décline en quatre cours:

- Techniques d'argumentation professionnelle
- Outils et gestion des relations presse
- Domaines et outils des Relations publiques
- Techniques de promotion de l'image des organisations

- **Techniques d'argumentation professionnelle**

Le cours aborde les caractéristiques de l'argumentation comme un raisonnement destiné à prouver un fait ou à défendre une opinion. L'enseignement met également l'accent sur les différentes stratégies d'argumentation.

- **Outils et gestion des Relations presse**

Le cours procure à l'apprenant un apprentissage des outils propres aux relations presse. Après avoir défini la stratégie des relations presse à travers ses moyens et ses outils (conférence de presse, communiqué de presse, dossier de presse, point de presse etc.), le cours propose également l'évaluation d'une stratégie des Relations presse. A la fin du cours, l'apprenant devra être capable d'opérer le choix des outils les plus pertinents en fonction des objectifs de communication à atteindre. Un accent particulier sera mis sur le partage d'expériences des professionnels en activité.

- **Domaines et outils des Relations publiques**

Cet enseignement aborde les Relations publiques comme spécificité de la communication des organisations. Il met l'accent sur le panorama des techniques utilisées en Relations publiques.

- **Techniques de promotion de l'image des organisations**

A travers cet enseignement, l'apprenant sera capable de proposer à l'entreprise des techniques permettant de trouver une alternative aux méthodes de communication classique car il s'agit pour l'entreprise d'associer son image à un événement dont les valeurs qu'il promeut correspondent à celles de l'entreprise.

## COF32 TECHNIQUES DE MARKETING

Cette unité d'enseignement a pour objectif la compréhension de la notion de marketing et l'application de ses différents domaines à travers, notamment le marketing opérationnel.

Elle est constituée de deux cours.

- Etudes de marché
- Marketing stratégique

- **Etudes de marché**

Le cours a pour éléments de contenu les techniques et méthodes qui permettent à l'entreprise de connaître, avec des outils mesurables, la situation de sa ou de ses produits sur le marché. L'étude de marché aide le publicitaire à connaître en particulier la situation du ou des produits par rapport à la concurrence, et à lui donner par conséquent un positionnement adéquat.

- **Marketing stratégique**

Cet enseignement vise à faire connaître la démarche marketing. Il met l'accent sur l'analyse des forces concurrentielles, le diagnostic, le choix du positionnement et les stratégies marketing.

### **COF33 TRAVAUX PRATIQUES APPROFONDIS**

Cette unité d'enseignement vise de manière générale à amener les étudiants à s'exercer à travers des applications pratiques à la conception et à la réalisation des supports de communication en s'appuyant notamment sur des techniques de création graphique. Elle est constituée de trois enseignements:

- Conception et réalisation de supports audio
- Conception et réalisation de supports vidéo
- Conception et réalisation de supports imprimés
- Pratiques des médias sociaux/réseaux sociaux

- **Conception et réalisation des supports audio**

Cet enseignement vise à faire connaître à l'apprenant, le processus de conception et de réalisation des supports audio. Il met l'accent sur les travaux pratiques et les travaux personnels de l'étudiant.

- **Production des supports vidéo**

Cet enseignement apporte des connaissances pratiques à l'apprenant dans le domaine de la production des supports vidéo. L'accent est mis sur les travaux pratiques et les travaux personnels de l'étudiant qui pourront lui permettre de produire des supports vidéo.

- **Conception et réalisation de supports imprimés**

L'enseignement s'appuiera sur un ensemble de connaissances capitalisées et portera essentiellement sur des applications pratiques en matière de conception et de réalisation des supports imprimés en communication.

- **Pratiques des médias sociaux/réseaux sociaux**

C'est un enseignement orienté vers la pratique. L'enseignant va rappeler les différents outils des réseaux sociaux et des médias sociaux et va se focaliser sur les travaux pratiques qui amèneront les étudiants à créer et à développer des pages et autres outils de réseaux sociaux. L'application pourra se faire par interaction avec des camarades de classe ou avec le reste de la communauté estudiantine.

### **COF34 EXPRESSION ET COMMUNICATION 3**

Cette unité d'enseignement vise apporter des éléments de connaissance à l'apprenant en ce qui concerne les techniques de gestion de l'information et de la communication sur support oral et sur support numérique. L'unité d'enseignement se compose de trois volets :

- Conception et animation de sites intranet
- Techniques d'expression orale
- TIC (création graphique 1)

- **Conception et animation de sites intranet**

Le cours vise à présenter les principes fondamentaux de création d'un site intranet, son utilité dans la communication d'une organisation et ses spécificités en tant qu'outil de communication interne. La phase pratique amènera l'étudiant sous l'encadrement de l'enseignant à créer un site intranet et à lui donner du contenu de manière régulière.

- **Techniques d'expression orale**

Cet enseignement a pour but d'exercer l'étudiant et de lui apprendre les ficelles de la pratique de la communication en public ou dans les situations interpersonnelles. Les exercices consisteront :

- en la prise de parole publique pour la présentation d'un projet professionnel en situation de groupe restreint,
- en l'animation d'un groupe de travail ou en l'intervention dans un groupe de travail
- en la négociation en tête à tête avec un client, avec un partenaire, etc.
- En des interventions dans la présentation d'une manifestation publique ou d'une cérémonie.

Les aspects abordés sont : la structuration de la pensée, la présentation claire et précise des idées ou des informations, la prononciation et la diction, la gestion de la gestuelle et de la proxémique, etc.

- **TIC (création graphique 1)**

L'enseignement sous forme d'atelier vise à donner aux étudiants les outils nécessaires à la maîtrise de la création graphique pour les visuels et supports écrits d'entreprise. Il s'agit de croiser la connaissance des éléments de base de mise en page et création graphique avec la maîtrise des logiciels informatiques appropriés (Xpress ; Photoshop ; Adobe, etc.)

## **II.2. UNITE D'ENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES (LII/S3)**

Cette unité d'enseignements vise à doter à l'apprenant des connaissances et aptitudes connexes à sa formation. Elle vise également à lui fournir les principes généraux inhérents au droit du travail. Elle comporte quatre enseignements :

- Droit d'auteur
- Connaissance des médias
- Métiers connexes 3 (initiation à l'édition)
- Initiation au community management

- **Droit d'auteur**

Cet enseignement vise à doter l'apprenant des notions essentielles dans le domaine du droit d'auteur. Principes généraux du droit d'auteur, présentation de la loi sur les droits d'auteur et droit voisins au Cameroun. Accent particulier sur les incidences et application de ces dispositions légales et réglementaires sur la création et la diffusion publicitaire. Droits moraux et patrimoniaux des auteurs et des interprètes intervenant dans une création publicitaire.

- **Connaissance des medias**

Cet enseignement aborde la connaissance théorique et empirique des medias par le futur spécialiste en communication des organisations, et la relation entre les medias et les organisations. L'enseignement présentera également l'environnement médiatique camerounais dans ses évolutions récentes, ses tendances lourdes, ses figures marquantes et ses supports de référence. Il indiquera les principaux medias au Cameroun avec leurs indicateurs d'importance. Il pourrait également envisager les évolutions imminentes et les modifications possibles de cet environnement à court terme.

- **Métiers connexes 3 (initiation à l'édition)**

Ce cours vise la maîtrise des différentes étapes de la chaîne graphique, leur articulation, leur logique, leur degré d'importance, et la manière de s'impliquer dans le processus de production graphique. " doit indiquer les outils et instruments propres à chaque phase. Au terme de cet enseignement, l'étudiant doit être capable de présenter la chaîne graphique et de proposer un plan de travail de production graphique

- **Initiation au community management**

Il s'agira ici d'indiquer ce qu'est le community management, ses spécificités, les aptitudes nécessaires pour le pratiquer, son rôle dans la communication d'une organisation. L'étudiant va également se familiariser avec les outils du community management et devra pratiquer cette activités par l biais d'exercices pratiques.

## **COMMUNICATION DES ORGANISATION : LICENCE II –SEMESTRE 4**

### **I.1. UNITES D'ENSEIGNEMENT FONDAMENTALES (LII/S4)**

#### **COF41 COMMUNICATION PUBLICITAIRE**

Cette unité d'enseignements vise un triple objectif:

- Faire connaître à l'étudiant les différents types d'agences et définir les spécificités de chacune d'entre elles;
- Présenter les caractéristiques des différents médias pour ensuite pouvoir mener efficacement une campagne publicitaire pertinente et efficace en termes de choix des médias et des supports;
- Renforcer, consolider et diversifier l'aspect créatif à travers la conception de différents supports publicitaires.

L'unité d'enseignement se décline en cinq cours:

- Circuit publicitaire
- Médiaplanning
- Initiation et management des campagnes publicitaires
- Stratégie digitale
- Marketing opérationnel

- **Circuit publicitaire**

L'enseignement présente chaque élément du circuit, sa spécificité et ses domaines d'intervention en insistant particulièrement sur les agences conseil et régies publicitaires. Il permet également aux étudiants en communication des organisations de comprendre non seulement tous les contours de la chaîne publicitaire qui intègre les annonceurs, les agences conseil, les régies, les médias ; mais aussi les interactions entre les différents partenaires de cette chaîne.

- **Médiaplanning**

Le cours permettra à l'apprenant de choisir de manière pertinente les médias et supports devant être utilisés dans le cadre d'une campagne publicitaire à partir des caractéristiques déterminant le choix des médias (coût, couverture de la cible, puissance etc.). En outre il sera capable de choisir les moments de diffusion ainsi que d'établir un calendrier de campagne. Des aspects pratiques édifieront les apprenants.

- **Initiation et management des campagnes publicitaires**

Ce cours permettra aux étudiants :

- D'appréhender les notions de campagne publicitaire, par l'observation et l'analyse de cas pratiques.
- D'analyser et de réfléchir aux méthodes utilisées dans le cadre des techniques publicitaires et des stratégies marketing pour définir le contenu des médias et les valeurs qu'ils expriment.
- De comprendre comment la campagne publicitaire affecte nos relations avec les médias et les jugements que nous portons sur eux.
- De comprendre les implications commerciales de la campagne publicitaire.



- **Stratégie digitale**

L'enseignement amènera l'étudiant à découvrir les grilles d'analyse de la pertinence des différentes plateformes digitales en rapport avec ses objectifs de communication. Il s'agira donc de l'amener à bâtir une stratégie entièrement orientée vers le digital. L'enseignement est meublé par des exercices pratiques en individuel ou en groupes.

- **Marketing opérationnel**

L'étudiant reçoit dans le cadre de ce cours, des prérequis en marketing fondamental et en marketing stratégique. Il s'agit donc pour lui d'apprendre des outils qui lui permettent de déployer sa stratégie sur le terrain.

## **COF42 COMMUNICATION EVENEMENTIELLE**

Cette unité d'enseignements vise à doter l'apprenant des aptitudes à gérer de bout en bout, les étapes clés de la communication événementielle : de la conception à la mise en œuvre de l'événement tout en intégrant des questions liées à la mise en place du dispositif protocolaire à mettre en place pendant l'événement. Elle mettra l'accent sur des applications concrètes et pratiques des enseignements reçus. Elle comprend :

- Marketing événementiel
- Régie événementielle
- Pratiques protocolaires

- **Marketing événementiel**

L'enseignement porte sur la conception événementielle et sur les préoccupations d'impact et de résultats attendus. Il porte sur les arguments qui font le succès d'un événement, sur les genres et types d'événements possibles, et sur quels résultats à attendre de quel genre d'événement. L'enseignement porte sur les idées et techniques de l'événementiel (Quand choisir l'événementiel, les avantages et limites de la communication événementielle, les différentes sortes d'événement, les armes du marketing événementiel : le gigantisme, l'animation des objets, les records et défis, la publicité aérienne, la pyrotechnie, le vedettariat, etc. Que coûte le marketing événementiel ? Est-il efficace ?

- **Régie événementielle**

Cet enseignement consiste en un approfondissement et à une maîtrise des aspects techniques et stratégiques de la communication événementielle. Il aborde également tous les aspects liés à l'organisation et au suivi d'un événement (la conception, la planification, la mobilisation des ressources, l'approche des partenaires, l'approche des prestataires, le respect du cahier de charge, la coordination des opérations, le souci d'efficacité, l'anticipation, la gestion des incidents, l'évaluation, gérer les événements qui tournent mal...). L'approche des participants

se fera au moyen des : exposés théoriques présentés au cours d'un séminaire bloqué ; question / Réponses ; discussions et échanges ; descentes sur le terrain ; cas pratiques. Comment Réussir à un Salon –Foire- Exposition et optimiser l'image de l'entreprise. Comment concevoir et opérationnaliser un évènement. Typologie des différents évènements ; Caractéristiques (foire-Salon- Congrès – Symposium – Exposition ...).

- **Pratiques protocolaires**

L'enseignement vise à transmettre à l'apprenant les règles du protocole dans l'organisation d'un événement. Il y est abordé, les questions liées à la mise en place du dispositif protocolaire, à la relation avec les personnalités, à la préséance, à l'ordonnancement des prises de parole, aux titres et grades, etc.

### **COF43 EXPRESSION ET COMMUNICATION 4**

Cette unité d'enseignement comporte deux enseignements :

- Techniques d'animation et de présentation
- Conception et animation des blogs
- Création et animation de sites web

- **Techniques d'animation et de présentation**

Genres de prise de parole, conférence, soutenance, débat, présentation, animation, genres de public, prise en compte du public, dispositifs de prise de parole, dimension et types de dispositifs, gestuelle, proxémique, costume, jeu du regard et de la voix... Utilisation des outils d'aide à la présentation, tableau, PowerPoint, etc.

- **Création et animation des blogs**

L'enseignement vise à permettre aux étudiants de créer et d'animer des blogs d'entreprises. Il est pratique ; l'enseignant pourra tout d'abord rappeler le rôle et la fonctionnalité d'un blog.

- **Création et animation de sites web**

Cet enseignement est essentiellement pratique et vise doter les apprenants de connaissances et techniques liées à la création de sites web, à la présentation de ces derniers et à leur animation.

### **COF44 STAGE PROFESSIONNEL**

Pendant ce stage d'une durée de deux mois, l'étudiant est associé aux tâches de production au sein de l'entreprise, sous le contrôle d'un ou de plusieurs encadreurs de stage. Le stage est jugé en regard de la capacité de l'étudiant à tirer avantage des enseignements professionnels en milieu de travail et à faire face aux situations techniques, sociales et psychologiques propres au milieu professionnel.

## II.2 UNITE D'ENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRE (LII/S4)

### COC4 ENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES 4

Cette unité d'enseignements vise l'approfondissement des connaissances de l'étudiant et lui fournit des outils pour la compréhension des métiers connexes. Elle comporte les enseignements suivants :

- Objets publicitaires et événementiels africains
- APS
- Atelier de community management
  
- **Objets publicitaires africains et événementiel**  
Cet enseignement met en relief l'événementiel africain en abordant les objets publicitaires qui assurent une visibilité à ce type d'événements. Le cours vise à présenter les outils et supports de communication dans l'Afrique ancienne et contemporaine. Il introduit également à des perspectives africaines d'analyse théorique de la communication.
  
- **APS**

Voir descriptif des enseignements Licence I.

- **Atelier de community management**  
Cet enseignement est pratique. Il s'agit de travaux pratiques sur le community management. Les étudiants pourront les effectuer soit en individuel ou encore en groupes.

## COMMUNICATION DES ORGANISATIONS : LICENCE III-SEMESTRE 5

### III.1. UNITES D'ENSEIGNEMENT FONDAMENTALES (LIII/S5)

#### COF51 COMMUNICATION COMMERCIALE

Cette unité d'enseignements facilite l'opérationnalisation du marketing à partir des techniques particulières visant l'optimisation de la Relation client d'une part et les opérations de promotion d'autre part. Un accent particulier est mis sur les applications concrètes.

Elle s'étale sur trois enseignements:

- Gestion des marques
- Marketing direct
- PLV et force de vente

- **Gestion des marques**

La notion de marque est présentée selon les différentes théories des sciences du langage : théorie structurale, théorie réticulaire et systémique. L'enseignement insiste sur les principes de singularité, de différence, de cohérence et de permanence pour installer la notion de marque. Il rappelle les différents supports des relations publiques et de la publicité comme référents de la marque.

- **Marketing direct**

Le cours sur le marketing direct apporte un éclairage sur cette notion, et précise les spécificités de l'approche, les différentes formes et enfin les conditions d'optimisation de ce canal de transmission investi par les marques pour atteindre leurs cibles. Ce qui permettra à l'apprenant une fois en entreprise de mieux entreprendre la gestion de la Relation Client. L'enseignement sera ponctué d'exposés et d'études de cas pratiques.

- **PLV et force de vente**

Il s'agit ici de montrer les stratégies déployées par les entreprises pour communiquer sur les sites dans lesquels sont exposés les produits. Outre la PLV classique, l'enseignant introduira également la notion de PLVAO qui tient compte de l'évolution technologique actuelle.

## **COF 52 COMMUNICATION SPECIALISEE**

L'unité d'enseignements permet à l'étudiant d'élargir ses connaissances dans le champ de la communication. Des domaines d'application précis de la communication sont abordés dans le cadre de cette unité d'enseignements. Ce qui participe à l'enrichissement du parcours de formation de l'étudiant en communication des organisations.

Elle est constituée des cours suivants:

- Communication publique et sociale
- Communication de crise
- Communication financière

- **Communication publique et sociale**

Cet enseignement donnera à l'étudiant un ensemble de connaissances nécessaires à la compréhension de la communication des institutions publiques sur leurs activités ou sur des questions d'ordre public ou communautaire.

- **Communication de crise**

L'enseignement questionne la spécificité de cet axe particulier du champ de la communication à travers l'identification de son territoire, ses modalités d'intervention, son contexte d'application, ses principes et ses méthodes de travail s'appliquant de manière spécifique aux situations bien particulières que sont les crises.

- **Communication financière**

L'enseignement aborde un domaine privilégié de la communication des organisations, celui des organisations spécialisées dans les transactions financières. Il a pour but de doter l'étudiant des outils adéquats à la transmission de messages portant sur les aspects financiers de l'organisation.

### **COF53 STRATEGIE DE COMMUNICATION**

L'unité d'enseignements permet à l'étudiant de se doter d'outils nécessaires lui permettant de mener jusqu'à leurs termes la démarche appropriée dans l'élaboration des stratégies de communication précises telles que l'audit et le plan de communication.

Cette unité d'enseignements est composée de trois cours:

- Pratique de l'audit
- Élaboration et mise en œuvre d'un plan de communication
- Techniques de veille médiatique

- **Pratique de l'audit**

Méthodes d'analyse post de la communication des organisations, des marques, des produits et services. Connaissance de l'image et de la notoriété, mesure de l'efficacité et de l'efficience des campagnes de communication, etc. Au terme de cet enseignement, l'apprenant devrait pouvoir lire adéquatement un audit de communication et en tirer les conséquences pour une campagne de communication envisagée.

Les enjeux, les éléments déclencheurs de l'audit, le choix de la méthode. Voilà les aspects sur lesquels insistera l'enseignement. Au terme duquel l'apprenant devra être capable de maîtriser les différentes étapes de l'audit par l'établissement d'un diagnostic pertinent qui débouchera in fine sur des propositions et des recommandations toutes aussi pertinentes.

- **Élaboration et mise en œuvre d'un plan de communication**

Cours pratique qui vise à amener les étudiants à partir des connaissances théoriques d'élaborer pour une entreprise donnée un plan de communication cohérent et efficace qui correspond aux

attentes de l'entreprise en matière de stratégie de communication. Ils devront également être capables d'évaluer le plan de communication mis en œuvre.

- **Techniques de veille médiatique**

Cet enseignement vient souligner le rôle des médias dans la mise en œuvre de la stratégie de communication. Il a pour but de faire connaître les techniques de veille médiatique.

## **COF54 TRAVAUX PRATIQUES APPROFONDIS**

Cette unité d'enseignements vise un objectif global: transmettre à l'étudiant des aptitudes concrètes et pratiques qui lui permettront de mener de manière efficace des activités de communication et par la même occasion d'impulser une dynamique à la communication au sein de l'entreprise. Elle comprend quatre enseignements:

- Production audiovisuelle
- Création et animation d'un site web
- Elaboration et mise en œuvre d'une campagne de communication digitale
- Photographie publicitaire

- **Production audiovisuelle**

Cet enseignement présente les outils, les techniques, les formes et la méthode de production de supports audiovisuels des organisations. Il s'agit d'initier les étudiants aux différentes étapes de la production audiovisuelle, sur la gestion des contraintes, des ressources humaines et des coûts relatifs à la production audiovisuelle.

- **Création et animation d'un site web (2)**

L'enseignement consistera à la maîtrise par l'apprenant des étapes-clés et des techniques et process de création et de gestion des sites web des organisations. L'enseignement insistera sur des exercices pratiques. Il s'agira de renforcer les connaissances reçues au semestre 4.

- **Elaboration et mise en œuvre d'une campagne de communication digitale**

L'enseignement vise à amener l'apprenant à élaborer et à mettre en œuvre une campagne de communication entièrement centrée sur la mobilisation des outils digitaux.

- **Photographie publicitaire**

Enseignement pratique qui consiste à inculquer à l'apprenant un ensemble de savoir faire (prise de vue, angle, choix de l'éclairage etc.) qui se déclinera par la suite sur différents supports publicitaires.

## **III.2. UNITE D'ENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES**

### **COC5 ENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES 5**

L'unité d'enseignements se propose de fournir à l'apprenant des connaissances dans des champs divers de la communication.

L'enseignement se décline en trois enseignements:

- Techniques administratives
- Notions de comptabilité
- Création graphique 2

- **Techniques administratives**

La correspondance commerciale, la correspondance administrative : formules de politesse, genres de correspondances, formules inaugurales, formules finales, autres formules rituelles, notes administratives, rapports, compte rendus, Etc.

- **Notions de comptabilité**

Cet enseignement porte sur les notions et opérations de base en comptabilité et vise à donner aux étudiants des rudiments susceptibles de les aider à tenir une comptabilité primaire. Lecture d'un plan comptable, établissement d'un bilan simplifié, établissement d'un journal comptable, établir un grand livre et une balance à six colonnes.

- **Création graphique 2**

A ce niveau l'étudiant doit être capable de produire lui-même des supports de communication. Il s'agit d'un approfondissement des acquis en matière de création graphique. Les outils de création lui seront rappelés au début du cours.

## **COMMUNICATION DES ORGANISATIONS : LICENCE III-SEMESTRE 6**

### **III.1. UNITES D'ENSEIGNEMENT FONDAMENTALES (LIII/S6)**

#### **COF61 COMMUNICATION ET SCIENCES SOCIALES**

Cette unité d'enseignements vise l'objectif suivant: acquérir des connaissances fondamentales nécessaires à l'analyse et à la gestion aussi bien des marques que de l'image de l'entreprise. Cette unité est découpée en trois cours:

- Sémiologie de l'image et identité des organisations
- Psychosociologie de la communication
- Réalisation de supports digitaux

- **Sémiologie de l'image et identité des organisations**

L'objectif de cet enseignement est de permettre aux étudiants de disposer des connaissances fondamentales sur les différentes approches d'analyse sémiologique de l'image. A l'aide d'exemples concrets liés à l'environnement des organisations, le cours doit leur permettre d'être capables de déconstruire les différentes composantes visuelles de l'image des organisations.

- **Psychosociologie de la communication**

Il s'agit d'une présentation des théories et auteurs de référence du domaine psychosociologique de la communication et mise en relation de ces théories avec le domaine de la communication des organisations.

- **Réalisation de supports digitaux**

L'enseignement vise à amener l'étudiant à produire des supports digitaux. Ceux-ci étant utiles soit dans le cadre d'une campagne entièrement digitale ou encore dans le cadre d'une campagne de mix communication.

## **COF62 ETHIQUE ET DEONTOLOGIE**

Cette unité d'enseignements poursuit un double objectif:

- connaître l'environnement juridique qui régle les différentes professions de la communication des organisations;
- familiariser l'étudiant au système de valeurs en termes d'éthique et de déontologie
- inhérent à l'exercice de la profession.

Cette unité d'enseignements comprend trois cours:

- Droit de l'information et de la communication appliqué aux organisations
- Pratique des relations presse
- Ethique, déontologie et pratique professionnelle

- **Droit de l'information et de la communication appliqué aux organisations**

Ce cours a pour objectif de doter les étudiants de connaissances juridiques sur les différentes professions de la communication des organisations. Les enseignements portent notamment sur



le droit des entreprises. Il présente aussi les lois camerounaises sur le sponsoring et le mécénat, et sur l'organisation des évènements.

- **Pratique des relations presse**

C'est un cours d'approfondissement des pratiques déjà acquises au niveau 2. Ici, l'étudiant va pouvoir produire des outils de relations presse : fichier de presse, dossier de presse etc. et en même temps se familiariser à l'organisation de rencontres avec la presse.

- **Ethique, déontologie et pratique professionnelles**

Ce cours procède à un examen des valeurs éthiques et morales applicables au contexte de la communication des organisations. Un accent particulier est mis sur les responsabilités éthiques des individus, des groupes et des organismes concernés par la production, la transmission et la réception des messages et visés par les activités.

### **COF63 INSERTION PROFESSIONNELLE**

Cette unité d'enseignement poursuit un objectif global: doter l'étudiant de tous les outils qui faciliteront son insertion dans le monde de l'entreprise et le rendront compétitif. Dans la perspective de l'auto emploi, un ensemble de connaissances lui sera transmis. L'unité se décline en cinq cours:

- Séminaire d'insertion professionnelle
- Processus de création d'une entreprise/montage de projets
- Rencontre professionnelles
- Gestion d'un service de communication

- **Séminaire d'insertion professionnelle**

Pour une meilleure insertion professionnelle, l'étudiant dans le cadre de ce cours sera capable de mettre en forme de manière attrayante et cohérente des outils d'insertion professionnelle tels qu'un CV, une lettre de motivation etc. Ceci dans le but de mieux vendre les compétences acquises en les rendant lisibles et intelligibles.

- **Processus de création d'une entreprise/montage de projets**

Dans l'optique de l'auto emploi, les étudiants au cours de cet atelier seront amenés à s'exercer dans la création des entreprises tout en respectant le processus de création d'entreprise. Le cours à une dimension davantage pratique. Le cours outille également les étudiants en montage des projets cohérents et pertinents. La dimension pratique du cours sera privilégiée. Avoir des idées de projet en assurer la mise en œuvre, conduire la mobilisation des ressources, susciter l'adhésion des partenaires, assurer le respect du cahier de charge, anticiper, sont les grands axes qui sont pris en compte dans ce cours.

- **Rencontres professionnelles**

Il s'agit de rencontres entre étudiants et professionnels confirmés sur des thématiques diverses sous la formes de conférences.

- **Gestion d'un service de communication**

Dans l'optique de préparer les étudiants à une carrière de manager, cet enseignement permettra à l'apprenant une fois en entreprise de gérer les ressources des différents personnels d'un service de communication. Il permettra également d'utiliser de manière efficiente les ressources humaines disponibles afin de le fédérer et par la même occasion d'optimiser leur rendement.

## **COF64 TRAVAUX PRA TIQUES APPROFONDIS**

Objectif principal: renforcer les aptitudes de l'étudiant dans la création des moyens de communications d'une entreprise Il s'agit dans ce cas de figure d'amener l'étudiant à éprouver et prouver leurs aptitudes à conduire une réalisation personnelle pertinente tout en tenant compte de toutes les contraintes liées à une telle activité. Il s'agit dans ce cas de s'exercer dans la conception et la réalisation d'un film d'entreprise.

L'unité d'enseignements comporte les cours ci-après :

- Conception et réalisation de films institutionnels
- Réalisation d'un journal d'entreprise
- Réalisation de plaquettes et rapports d'activités

- **Conception et réalisation de films institutionnels**

Cet enseignement sous forme d'atelier pratique consistera à donner aux étudiants des exercices de conception et de réalisation d'une vidéo d'entreprise. Pour cela il doit être capable de suivre les étapes clés de la production: pré production, production et post production.

- **Réalisation d'un journal et de plaquettes d'entreprise**

L'enseignement initie les étudiants à travers des travaux pratiques, à la réalisation de supports imprimés notamment les journaux d'entreprise, les plaquettes et les rapports d'activités.

- **Projets tutorés**

L'enseignement vise à accompagner l'étudiant à a réalisation d'un projet de communication sous la même forme que celui qu'il sera amené à réaliser en fin de formation. L'étudiant soutiendra son travail devant un jury constitué d'universitaires et de professionnels de la communication.

## COF65 STAGE PROFESSIONNEL

Cette unité d'enseignements comporte les deux volets ci-après :

- Le stage professionnel ;
- Le rapport de stage ;

L'objectif de cette unité d'enseignements est double:

- mettre les étudiants en situation réelle de travail dans une entreprise à travers le stage qui dure trois mois;
- amener l'étudiant à mener à s'exprimer dans les conditions réelles du monde professionnel à partir des connaissances reçues tout au long de sa formation et en intégrant toutes les contraintes liées à l'environnement.

- **Stage professionnel et rapport de stage**

Ce stage permet de mettre en pratique les enseignements reçus tout au long de la formation. Il correspond à un stage d'animation et permet à l'étudiant de véritablement se mettre en situation réelle en termes de responsabilité et de tâches réellement accomplies au sein d'une entreprise. Pendant ce stage l'étudiant devra observer un certain nombre d'exigences telles que l'application des savoirs à travers les connaissances reçues tout au long de la formation, la mise en valeur du savoir faire à partir des compétences acquises et du savoir être grâce à une conscience professionnelle irréprochable. Il est entendu que ces exigences sont valables pour tous les autres stages prévus tout au long de la formation. Cette expérience professionnelle correspond à d'une durée de 03 mois et donne lieu à la rédaction d'un rapport de stage.

## COF65 REALISATIONS PROFESSIONNELLES

- **Réalisations professionnelles**

L'étudiant achèvera son apprentissage à l'École par des réalisations professionnelles qui sont la matérialisation des connaissances acquises, ceci se traduit par la réalisation d'outils de communication pertinent qui découle d'un problème de communication préalablement identifié. Ces réalisations doivent satisfaire aux exigences du cahier des charges en vigueur,

