Licence *Communication et relations publiques*

Semestre		ECTS	Cours	**Séminaire** travail d'application - TD	**Bref descriptif**
1	Introduction aux sciences de la communication	6	2	2	Ce cours présente les principaux concepts des sciences de la communication, les types de communication en relation avec une série de théories et de paradigmes modernes utilisés dans l'analyse du processus de communication.
	Introduction à la publicité	6	2	2	Ce cours définit les éléments qui composent une annonce, il identifie les caractéristiques de la publicité pour chaque type de support et établit les objectifs d'une campagne publicitaire.
	Communication avec la presse	6	2	2	Ce cours les principes de la communication organisationnelle avec la presse, composante importante de la pratique des relations publiques. Il aborde la situation de communication organisationnelle de manière analytique dans le contexte interdisciplinaire qui limite la relation avec les médias.
	Culture et civilisation roumaines	3	1	2	Cette unité d'enseignement aborde de façon critique les concepts fondamentaux concernant la culture et la civilisation roumaines. Elle vise également l'approfondissement des connaissances et des notions concernant les courants d'idées, les thèmes majeurs et les œuvres des personnalités de référence, dans leur succession historique et en relation étroite avec les mouvements culturels et intellectuels de l'espace européen.
2	Introduction aux médias	6	2	2	Ce cours aborde les principales théories concernant la gestion de l'information, la communication médiatique, les systèmes médiatiques, leur dynamique et les effets de la communication médiatique.
	Techniques d'écriture	6	2	2	Cette unité d'enseignement vise à faire acquérir les principes et les techniques d'écriture, afin de pouvoir disposer d'une base théorique nécessaire à l'élaboration de divers travaux d'écriture de presse.
	Introduction aux relations publiques	4	2	1	Cette unité d'enseignement vise à l'acquisition des modèles, des stratégies et des techniques de communication utilisés dans le processus de relations publiques, ainsi que les principes et les valeurs de référence pour évaluer la qualité et les limites de certains processus.
	Campagnes de responsabilité sociale	6	2	2	Ce cours présente de manière critique les principales théories et modèles de responsabilité sociale des entreprises qui ont été à la base des principales campagnes menées en Roumanie.
3	Éthique	4	1	1	Cette unité d'enseignement vise à définir les principaux concepts et catégories du domaine de l'éthique. Elle se propose expliciter l'interaction entre la communication et l'éthique et s'emploie également à expliquer et analyser les différents types de comportements qui résultent de la violation des codes éthiques, tout comme les situations où apparaissent les dilemmes éthiques.
	Relations publiques sectorielles (économie, tourisme, ONG, politique, etc.)	5	2	1	Cette unité d'enseignement vise à faire comprendre l'activité de relations publiques dans toute sa complexité et son rôle au niveau de l'organisation dans différents secteurs d'activité.
	Communication interne	5	2	1	Cette unité d'enseignement vise à faire acquérir les concepts et les théories qui sont à la base de la communication interne de l'organisation, ainsi que les stratégies et des techniques de communication abordées au sein de l'organisation.
	Stage pratique de spécialité	3	0	0	Ce cours permet : d'identifier les méthodes appropriées de documentation et d'information pour développer un produit de communication / relations publiques ; d'utiliser des méthodes de recherche pour expliquer et interpréter différents types de

						concepts, de situations, de processus de communication, de transfert de données d'observation dans le langage des sciences de l'information ; d'utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour développer un produit de communication / relations publiques.
	DA1 (au choix)	Discours des médias en français	5	2	1	Ce cours a pour objectif d'enrichir les connaissances en langue française (découverte de mots de vocabulaire et d'expressions, usage de ces mots et expressions dans divers contextes de communication, découverte des particularités des publications de presse française).
		Discours des médias en anglais	5			Ce cours vise à enrichir les connaissances en matière de discours médiatique et à améliorer les compétences linguistiques en adaptant et contextualisant les aspects théoriques et pratiques de l'apprentissage de l'anglais sur des sujets spécifiques à la production et à l'analyse ce type de discours.
	DA2 au choix)	Communication en ligne	3	1	2	Cette unité d'enseignement vise la compréhension des principes journalistiques applicables dans l'environnement en ligne, la spécificité de cet environnement, ainsi que les moyens d'y communiquer efficacement.
		Sociologie de l'opinion publique	3			Ce cours met l'accent sur les principales théories relatives à la formation, la stratification et l'évolution de l'opinion publique, sur son rôle dans une société démocratique et les méthodes utilisées pour sa recherche.
	DA3 (au choix)	Concevoir un produit de relations publiques	5	2	2	Ce cours aborde du point de vue théorique et pratique les concepts de base et les caractéristiques distinctives des produits de relations publiques. Il vise l'appropriation des produits de relations publiques en lien avec leurs spécificités et les opportunités contextuelles.
		Concevoir un produit publicitaire	5			Ce cours vise la production de textes publicitaires et l'utilisation de l'image publicitaire.
4	Déontologie		4	2	1	Cette unité d'enseignement vise l'acquisition de connaissances déontologiques en vue de pouvoir les appliquer en tant que professionnels des relations publiques.
	Sémiotique		5	2	2	Ce cours présente les principales théories et modèles de la sémiotique visuelle considérée comme science de la communication. L'explication conceptuelle des situations de communication s'effectue à travers l'approche sémiotique, la méthodologie et des outils d'analyse spécifiques.
	Initiation à la méthodologie de la recherche scientifique		2	1	1	Il s'agit ici de se familiariser avec les principes scientifiques et les normes rédactionnelles académiques en vue de la préparation de mémoires de fin d'études.
	La théorie de l'argumentation		5	2	2	Ce cours initie à l'analyse critique de discours et de textes argumentatifs. Il présente les notions et les problèmes structurels et stratégiques, stratégies ainsi que les techniques d'argumentation.
	Stage pratique de spécialité		3	0	0	Ce cours permet : d'identifier les méthodes appropriées de documentation et d'information pour développer un produit de communication / relations publiques ; d'utiliser des méthodes de recherche pour expliquer et interpréter différents types de concepts, de situations, de processus de communication, de transfert de données d'observation dans le langage des sciences de l'information ; d'utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour développer un produit de communication / relations publiques.
	DA4 (au choix**)**	Techniques de collecte d'informations	2	0	1	Ce cours présente les principales techniques de collecte d'informations en vue de pouvoir réaliser de produits de communication utilisés dans l'activité de promotion des organisations.
		Techniques de travail spécialisées				Ce cours a pour objectif la familiarisation avec des concepts spécifiques au journalisme radiophonique

						et télévisuel.
	DA5 (au choix**)**	Techniques d'écriture en anglais	5	2	1	Ce cours a pour finalité le développement de compétences d'écriture en anglais sur des sujets spécifiques au domaine des relations publiques.
		Techniques d'écriture en français	5			Ce cours présente les concepts structurels de l'argumentation en langue française à travers l'étude de textes spécialisés.
	DA6 **(** au choix**)**	Développer une campagne de relations publiques	4	2	1	Ce cours met l'accent sur la conception et l'analyse des principaux types de campagnes de relations publiques, ainsi que sur l'utilisation des critères appropriés pour évaluer leur efficacité.
		Web design	4			Le cours présente les principes de la conception d'un site Web : programmation en JavaScript, conception de boutons JavaScript, introduction d'éléments d'animation *via* la technologie Macromedia Flash.
5	Méthodes de recherche en sciences sociales		3	2	1	Ce cours présente les principales méthodes de recherche qualitative et quantitative en sciences sociales on insiste sur la façon dont elles peuvent être utilisées dans l'analyse de la communication de masse.
	Presse et actualité		5	2	2	Ce cours questionne les interactions entre presse et société. Il en analyse les enjeux et s'intéresse aux différents types de comportements qui résultent de la liberté d'expression. Il amène également à se familiariser avec les codes des journalistes afin d'aider à identifier le respect/la déviation des règles existantes dans des situations concrètes.
	Comportement du consommateur		5	2	1	Ce cours présente les concepts et les modèles permettant d'analyser le comportement du consommateur et sa réaction face aux actions persuasives à des fins de conception de stratégies marketing.
	Organisation d'événements		5	2	1	Ce cours présente les paramètres constitutifs de l'organisation d'événements ainsi que l'importance et le rôle de ces derniers dans la promotion d'une organisation.
	Stage pratique de spécialité		3	0	0	Ce cours permet : d'identifier les méthodes appropriées de documentation et d'information pour développer un produit de communication / relations publiques ; d'utiliser des méthodes de recherche pour expliquer et interpréter différents types de concepts, de situations, de processus de communication, de transfert de données d'observation dans le langage des sciences de l'information ; d'utiliser les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour développer un produit de communication / relations publiques.
	Discours de l'altérité		2	1	1	Ce cours présente les principaux concepts illustrant les fondements de la communication interculturelle et de la relation avec l'autre, dans un esprit d'égalité des chances, de droit à la différence et d'unité dans la diversité.
	DA7 **(**au choix**)**	Communication verbale	5	2	2	Ce cours présente les techniques nécessaires pour pouvoir comprendre, analyser et produire des discours oraux et écrits cohérents dans le domaine des relations publiques.
		Communication dans les institutions de l'UE	5			Ce cours explique les mécanismes de l'UE et présente la terminologie communautaire adaptée à la communication institutionnelle.
	DA8 **(**au choix**)**	Communication politique	2	1	0	Ce cours présente les principales théories de la communication politique en ligne et hors ligne et analyse de manière comparative les campagnes électorales des principaux acteurs politiques de la scène roumaine après décembre 1989.
		Droit de la communication	2			Ce cours présente les droits fondamentaux de l'homme qui se trouvent à la base de la communication publique, le statut constitutionnel et les garanties des droits fondamentaux et des libertés de communication.
	Production d'émissions radio – enseignement facultatif		2	0	0	Les étudiants se familiariseront avec les activités pratiques de la radio.
	Pensée critique		5	2	2	Ce cours présente les concepts et les outils

6						nécessaires à l'analyse critique des textes médiatiques.
	Rédaction des matériaux en relations publiques		5	2	2	Ce cours présente les principes de rédaction des documents de relations publiques en lien avec la communication organisationnelle. La relation avec différents types de médias par rapport aux différentes catégories de public est illustrée et approfondie par la réalisation d'écrits spécifiques.
	Gestion de la relation client		4	2	1	Ce cours explicite les principes de la gestion de la relation client. Il détaille la terminologie propre et présente les techniques de gestion et de fidélisation des clients.
	Entrepreneuriat		2	1	0	Le cours apprend à devenir entrepreneur : prise de conscience du rôle de l'entrepreneur dans l'économie de marché, développement des compétences entrepreneuriales, la promotion des affaires dans l'environnement économique.
	Communication et changement social		5	2	2	Ce cours explicite l'interaction entre la communication et le changement social. Il analyse les différents types de comportements qui se produisent et se forment suite à l'interaction sociale et on encourage la formulation d'opinions sur l'influence sociale.
	DA9	Communication non verbale	2	1	2	Ce cours explicite la notion de communication non verbale dans son contexte, et explique comment l'utiliser efficacement.
	au choix)	Philosophie du langage	2			Le cours définit les concepts majeurs et des catégories essentielles à la philosophie de la communication, la connaissance de la phénoménologie d'action du langage et de la communication, la compréhension de la primauté du signe dans la philosophie analytique.
	DA10	Relations publiques en ligne	4	2	1	Ce cours permet d'identifier les concepts et méthodes appropriés au développement d'un produit de relations publiques dans l'environnement en ligne, ainsi qu'à expliquer et interpréter un événement de relations publiques en ligne du point de vue de sa planification stratégique.
	(au choix)	Marketing	4			Le cours présente les concepts clés du marketing et la formation d'un langage spécifique au domaine.
	Élaboration du mémoire de licence (2 semaines x 30 heures)		3	0	0	
	Production de l'émission de télévision – enseignement facultatif		2	0	0	Familiarisation avec les formats TV et la télévision.