

Grado

Información-Comunicación



Presentación de la formación

El grado mención información-comunicación se dirige a los estudiantes que desean ser generalistas en comunicación de las organizaciones, a la par gestores y creativos, capaces de participar en la elaboración de la política de comunicación interna y externa de todo tipo de organización (empresas, colectividades, asociaciones, administraciones).

El grado se construye en tres años para permitir la adquisición de las competencias y saberes que permiten acceder después del tercer año (L3) a los cargos del ámbito de la comunicación accesibles a dicho nivel, a saber:

- Asistente / Asistente relaciones prensa
- Asistente / Asistente relaciones públicas
- Oficial / Encargado-a de comunicación externa, interna
- Oficial / Encargado-a de las relaciones externas, prensa, públicas
- Webmaster encargado-a de comunicación
- Corresponsal local

Los dos primeros años del grado información- comunicación son accesibles a todos los titulares del baccalauréat (bachillerato) y a los estudiantes que pretenden orientarse en las profesiones vinculadas al sector de la comunicación (comunicación de la economía social y solidaria, comunicación de las empresas y de las colectividades, comunicación de las asociaciones, comunicación multimedia, etc.).

Los tres años combinan competencias especializadas (“comunicación empresarial”, “comunicación de las organizaciones de la economía social y solidaria”, “comunicación publicitaria”, “relaciones públicas y relaciones prensa”, “comunicación de las ONG”) con saberes teóricos y prácticos generalistas (“PAO”, “técnicas de expresión”, “economía empresarial”, “derecho”, “derecho del comercio”, “estadísticas”, “marketing”, etc.) a fin de que los estudiantes personalicen progresivamente su recorrido profesional.

Más allá de las competencias relacionadas con la diversidad de los sectores profesionales, los estudiantes deberán adquirir cualificaciones generales: implementación de proyectos, dominio de las herramientas de la información y de la comunicación, competencias de concepción, redacción, tratamiento de la información. Así mismo los estudiantes deberán igualmente desarrollar competencias basadas en las capacidades a analizar situaciones de comunicación en contextos diversos y aptitudes a entender los retos.

Unas prácticas de 4 semanas se efectuarán durante el segundo año.

El tercer año de este grado se divide en dos campos:

- El tercer año de grado en información y comunicación, mención comunicación y solidaridad. En este sentido, el objetivo de este grado es el de sensibilizar al sector que más empleos ha generado en estos diez últimos años (la economía social y solidaria).

- El tercer año de grado en información y comunicación, mención comunicación de las organizaciones.

Unas prácticas de 8 semanas se efectúan durante este tercer año.



Contactos**Directora de la formación IC:** Sra. Béatrice Drot-Delange

Oficina D17 Tel.0473406372

Beatrice.DROT-DELANGE@univ-bpclermont.fr

Director Adjunto de la formación IC- Responsable Grado 2: Sr. Khaled Zouari

Oficina D17 Tel.0473406264

Khaled.ZOUARI@univ-bpclermont.fr

Responsable Grado 1: Sra. Esther Gomis-Bruguiers

Oficina 210 Edificio Paul Collomp

Encuentros bajo cita previa: Esther.GOMIS_BRUGUIERS@univ-bpclermont.fr

Responsable Grado 3 campo “Comunicación y solidaridad”:

Sr. Eric Dacheux

Oficina D17

Encuentros bajo cita previa: eric.dacheux@univ-bpclermont.fr

Responsable Grado 3 campo “Comunicación empresarial”:

Sr. Mohammed-Salah Abaïdi

Oficina D17

Encuentros bajo cita previa: Mohammed_Salah.ABAIDI@univ-bpclermont.fr**Secretaria grado Infocom:** Aline Roussel

Oficina F8 - 04 73 40 61 24

aline.roussel@univ-bpclermont.fr

Servicio Prácticas: Stages.LACC@univ-bpclermont.frVirginie Eymard: virginie.eymard@univ-bpclermont.fr

Idiomas en InfoCom

Los idiomas propuestos en IC son los siguientes:

Idioma 1: inglés

Lengua 2:

- | | |
|----------|-----------|
| · Alemán | · Chino |
| · Árabe | · Español |



No se propone un tercer idioma. No se tomará en cuenta ningún tercer idioma **ni** en la formación **ni** en las UE libres **ni** en las opciones.

Modalidades de enseñanza:

- La enseñanza - aprendizaje del inglés y del español se impartirá en **híbrido** (presencial y a distancia¹).
- **La enseñanza del alemán se hará únicamente en presencial.**

Se propondrá una Orientación internacional a los estudiantes cuyo proyecto profesional se construye con miras a la movilidad (unas veinte personas, selección según expediente). Dicha orientación se propone en inglés y en español. Dado que los puestos son limitados, sólo los estudiantes cuya media general sea de 12,5/20 y 13/20 la media en el idioma elegido serán seleccionados prioritariamente. La opción OI es una opción que muestra con claridad la vocación de mejorar los saberes en idiomas con el proyecto de un semestre de estudios en el extranjero, pero no es un derecho adquirido.

NB: La enseñanza por sistema híbrido no se aplica a los segundos idiomas: Árabe y Chino -ya que los cursos están mutualizados con LEA-

- La pedagogía aplicada es el enfoque “comunic-accional”.
- **Los objetivos son:** adquirir y/o consolidar el nivel Usuario Independiente del MCER. B1 B2 B2+.

¹ La parte a distancia concierne el trabajo en la plataforma ENT (entorno numérico de trabajo)



Grado Información Comunicación				
L1	Semestre1			
Título del módulo	Composición módulo	Horas	Coef.	ECTS
UE1: Introducción al mundo empresarial	Economía empresarial	10CM+1 0TD	0,5	5
	Introducción al derecho	20CM	0,5	
	UE2: Comunicación	Técnicas de expresión (E/O)	20TD	0,5
Psicosociología		10CM+1 0TD	0,5	
UE3: Herramientas Informática		Ofimática	40TD	1
	UE4: Idiomas	The evolution of mass media in the United States	10CM	0,5
LV1 Inglés		14TD	0,5	
LV2 Alemán, Árabe, Chino, Español		20TD		
UE5: Teorías de la información y de la comunicación	Teorías de la InfoCom	20CM	0,5	5
	Conocimiento de los media	10CM+1 0TD	0,5	
	UE6: Opción S1 (a elegir)	Comunicación Intercultural	20CM	1
Introducción à la Sociología		20CM	1	
Semestre 2				
UE7: Mundo empresarial	Economía general	20CM	0,5	5
	Economía de la información	20CM	0,5	
	UE8: Comunicación	Técnicas de expresión (E/O)	20TD	0,5
Audiovisual		20CM+1 0TD	0,5	
UE9: Idiomas		Inglés	24TD	0,6
	Lv2 Alemán, Árabe, Chino, Español	20TD	0,4	
	UE10: Teorías de la información y de la comunicación	Teorías de la Información	30CM	0,6
Introducción à la comunicación de las organizaciones		10CM+1 0TD	0,4	
UE11: Herramientas informáticas		Infografía	30TD	1
	UE12: Opción S2 (a elegir)	Comunicación tecnológica y cultura	20CM	1
Gestión, estructuración y visualización de la información		20CM		

L2	Semestre 3			
UE31: Mundo empresarial	Iniciación al marketing	10CM+ 10TD	1	5
	Derecho público, Derecho social	20CM		
	Psicosociología	10CM+ 10TD		
UE32: Expresión e idiomas	Técnicas de expresión (E/O)	10TD	1	5
	LV1 Inglés	14TD		
	The evolution of mass media in the United States	10CM		
	LV2 Alemán, Árabe, Chino, Español	20TD		
UE33: Herramientas de la comunicación	Semiología de la imagen	10CM +10TD	1	5
	Audiovisual	6CM + 24TD		
UE34: Prácticas 4 semanas en Francia o en el extranjero	Búsqueda de prácticas	12TD	1	5
	prácticas			
UE35: Informática	Infografía	30TD	1	5
UE36: Opción S3 (a elegir)	Información estratégica	20CM	1	5
	Comunicación y campos socioculturales	20CM		
Semestre 4				
UE41: Comunicación	Derecho de la comunicación	20 CM	1	5
	Comunicación publicitaria	8CM +12 TD		
	Economía social y solidaria	20 CM		
UE42: Informática	Sito web	30 TD	1	5
UE43: Expresión e idiomas	Técnicas de expresión (E/O)	20TD	1	5
	Inglés	24TD		
	Alemán, Árabe, Chino, Español	20TD		
UE44: Herramientas de la comunicación	Estética de la comunicación	10 CM+ 10TD	1	5
	Relaciones Prensa	10 CM+ 10TD		
UE45: Opción S4 (a elegir)	Técnicas periodísticas	20CM	1	5
	De lo escrito a la pantalla	20CM		
	Principles in information design	20CM		
UE46: UE libre	Proyecto personal y profesional		1	5
L3				

Comunicación empresarial Semestre 5				
UE51: Mundo empresarial	Introducción a la gestión	14CM+ 4TD	0,5	5
	marketing	10CM+ 10TD	0,5	
UE52: Expresión e Idiomas	Técnicas de expresión (E/O)	10TD	0,2	5
	Inglés	30TD	0,4	
	Lv2	20TD	0,4	
UE53: Cultura General	TIC y sociedad	12CM+ 8TD	0,5	5
	Conocimiento de las instituciones	20CM	0,5	
UE54: Herramientas informáticas y gráficas	PAO (Illustrator, Indesign)	30TD	0,5	5
	Comunicación gráfica	20TD	0,5	
UE55: Comunicación y medias	RP, Relaciones públicas y agencias	8CM	0,25	5
	Media Training	8CM+ 8TD	0,25	
	Comunicación y territorios	20CM	0,5	
UE56: Comunicación de las organizaciones	Comunicación asociaciones	15CM	0,4	5
	Comunicación colectividades	10TD	0,3	
	Comunicación instituciones	10TD	0,3	
L3				
Comunicación empresarial Semestre 6				
UE61: Expresión e Idiomas	Técnicas de expresión	10TD	0,2	5
	Inglés	20TD	0,4	
	The theory of intercultural communication	10TD		
	LV2	20TD	0,4	
UE62: Creatividad y catalogación (a elegir)	Técnicas de creatividad, concepción y realización de un proyecto	14CM+ 6TD	1	5
	Creatividad numérica	20TD		
	catalogación	10TD		
UE63: Comunicación numérica	Redes sociales	12CM	0,6	5
	Medias en línea	8CM		
	Webdesign	10TD	0,2	
	Redacción web	10CM	0,2	
UE64: Comunicación de las organizaciones	Comunicación interna y de eventos	10CM+ 8TD	0,5	5
	Relaciones públicas	16CM	0,5	
UE65: Profesionalización	Prácticas 8 semanas		1	5
UE66: UE libre			1	5
L3				
Comunicación y solidaridad Semestre 5				
UE51: Ciencias sociales				

	Vínculo social	10CM+ 10TD	0,5	5
	Economía vista por las otras ciencias sociales	10CM	0,5	
UE52: Expresión e idiomas				
	Técnicas de expresión (E/O)	10TD	0,2	5
	Inglés	30TD	0,4	
	Lv2	20TD	0,4	
UE53: Cultura General				
	TIC y sociedad	12CM+ 8TD	0,5	5
	Conocimiento de las instituciones	20CM	0,5	
UE54: Herramientas informáticas y gráficas				
	PAO (Illustrator, Indesign)	30TD	0,5	5
	Comunicación gráfica	20TD	0,5	
UE55: Comunicación y medias				
	RP, Relaciones públicas y agencias	8CM	0,25	5
	Media Training	8CM+ 8TD	0,25	
	Comunicación y territorios	20CM	0,5	
UE56: Proyecto colectivo				
			1	5
L3 Comunicación y solidaridad Semestre 6				
UE62: Expresión e idiomas				
	Técnicas de expresión	10TD	0,2	5
	Inglés	20TD	0,4	
	The theory of intercultural communication	10TD		
	LV2	20TD	0,4	
UE61: Ética				
	Comunicación y ética	20CM	1	5
	Marketing y solidaridad	10CM+1 0TD		
UE63: Comunicación de las organizaciones de la ESS				
	Tipología y estatutos de las orga. de la ESS	12CM	1	5
	Comunicación interna	10CM+1 0TD		
	Estrategias de comunicación de las orga. de la ESS	10CM		
UE64: Comunicación de las organizaciones				
	Comunicación interna y eventos	10CM+ 8TD	0,5	5
	Relaciones públicas	16CM	0,5	
UE65: Profesionalización				
	Prácticas 8 semanas		1	5
	Proyecto colectivo			
UE66: UE libre				
			1	5

Programa general

Desde el primer año, se familiarizará a los estudiantes a los oficios de la Comunicación tanto en los aspectos teóricos como en los prácticos: retos, objetivos o herramientas de la comunicación por ejemplo. La formación debería capacitarles para discernir el potencial de los medios, y adquirir competencias en materia de análisis y de crítica de los medios en la sociedad a través del estudio de sus actores y de sus técnicas.

Un panorama de las diferentes teorías de la comunicación permitirá mostrar que la comunicación es una cuestión de sentido. Los estudiantes deberían así tomar consciencia de las dificultades de la comunicación tanto oral como escrita, y adquirir las herramientas necesarias para saber remediarlas.

A lo largo de su formación, los estudiantes aprenderán a conocer los diferentes tipos de artículos de prensa y a conocer no sólo las exigencias del estilo periodístico, sino también las restricciones formales de la escritura y del uso ético de las fuentes de información.

Durante estos tres años de grado, los estudiantes en un entorno numérico evolutivo, trabajarán en red, comunicarán y colaborarán. Abordarán de hecho técnicas de creación gráfica, las reglas de composición de imágenes y el lenguaje audiovisual.

Para los actores de terreno que llegarán a ser ulteriormente y en relación con el mundo laboral que abordarán durante sus periodos de prácticas en empresa, la formación propone una introducción al ámbito intercultural así como una iniciación al vocabulario jurídico y un panorama de los diferentes enfoques comunicacionales de la economía de la información, de los medios y de los medios en línea. La formación en lenguas a lo largo de este grado pretende dar las bases y los medios en lengua extranjera para desenvolverse en un contexto profesional. El método de enseñanza es el enfoque "communic-accional" reforzado por un acompañamiento hacia las certificaciones en lenguas en una óptica afirmada de apertura internacional.

Los estudiantes deberán analizar la reconfiguración del campo cultural à la luz de problemáticas actuales sobre la cultura en internet y también estudiar la evolución de las prácticas sociales y culturales en relación con el desarrollo de las TIC y del web social. Se trata de dar a los estudiantes herramientas de comprensión de los modos de funcionamiento y de evolución de las sociedades.

Durante el segundo año de grado, los estudiantes abordarán el universo del marketing dado su importancia en las empresas y aprehenderán las bases del derecho laboral en Francia. Las técnicas de comunicación orales y escritas serán profundizadas, y los métodos y conceptos para entender el funcionamiento de los individuos y de los grupos se abordarán bajo un enfoque psicosociológico. Se tratará también de entender la noción de información estratégica y sus retos, la plaza de la comunicación en las organizaciones y empresas así como la especificidad de la economía social y solidaria. Este segundo año será también la oportunidad de profundizar el conocimiento de las herramientas informáticas y las técnicas de creación gráfica, de analizar la especificidad de la comunicación publicitaria, abordar la semiología de la imagen y familiarizarse con las técnicas y métodos de análisis.

El Proyecto personal y profesional ayudará al estudiante a pensar sus aspiraciones profesionales, sus aspiraciones personales, sus capacidades y sus ejes de progreso. El PPP se lleva a cabo merced a una reflexión personal del estudiante, actor de su recorrido; esta reflexión debe basarse en el análisis de sus experiencias y debe confrontarse a la de los demás estudiantes. El PPP se construye a la par por el aporte de saber y por una gran dedicación personal del estudiante en materia de investigación documentaria y conocimiento de sí mismo.

Durante el tercer año se proponen dos itinerarios de formación: Comunicación Empresarial y Comunicación Solidaria. Los dos programas tienen enseñanzas comunes y enseñanzas específicas en miras de una especialización.

En este último año de grado se evoca la cuestión del lazo social y una visión global de la plaza de las TIC en la sociedad actual. Será también la oportunidad de descubrir el mundo de las relaciones de prensa (agencia especializada) y abordar la noción de Territorio como entidad física, identificando a los actores que la animan y estructuran su imagen.

Los estudiantes serán agrupados en un contexto profesional afín de evaluar su aptitud para trabajar en un equipo multicultural. Por otra parte, tendrán que reflexionar sobre las relaciones entre ética y comunicación para desarrollar una estrategia de comunicación acorde con su lugar de trabajo. Tendrán que ser capaces de aprehender lo que significa y abarca el marketing social alternativo y solidario y saber distinguir fundamentalmente sus características: el papel de las prácticas relacionales y la noción de consum'actor. Se les sensibilizará a las contribuciones de la sociología y de la ciencia política a la comprensión de los hechos sociales.

Las prácticas tendrán que tener por objeto el encargarse de un proyecto, la realización de una misión de comunicación, o de información para una asociación, una empresa o una colectividad.

En la formación comunicación empresarial, los estudiantes deberán entender los retos de la contabilidad y de la gestión financiera en la empresa, saber interpretar el balance y la cuenta de resultados y calcular el umbral de rentabilidad de explotación. Las enseñanzas propuestas facilitarán la comprensión de las estrategias de mercadotecnia de las empresas expuestas a una fuerte competencia internacional.

Las redes sociales, inevitables en la comunicación en línea, generan nuevas oportunidades de comunicación, nuevos usos y nuevos oficios. Los objetivos son entender cómo éstas impactan la comunicación de las empresas, enriquecer la cultura general, reflexionar sobre la utilización del arte y de la cultura en la comunicación así como saber manejar las herramientas de ayuda al montaje y diagnóstico para la creación de eventos de empresa de pequeña o gran envergadura.

Al fin de la formación los estudiantes habrán adquirido las bases para ser unos generalistas de la comunicación.

Para más informaciones:

Página web de la Universidad Blaise Pascal: <http://www.univ-bpclermont.fr/>

Página web de las Relaciones internacionales: <http://www.univ-bpclermont.fr/rubrique32.html>

Página web de la UFR LACC: <http://www.lacc.univ-bpclermont.fr>

