



LA COMMUNICATION  
EN LICENCE LEA DIJON

La communication en licence LEA Dijon est présente de la L1 à la L3



UE5 est organisée en deux temps :

- S1, S2, S3 tronc commun
- S4, S5, S6 parcours de spécialité

Deux parcours de spécialité :

- Industrie de la langue
- Stratégie des marques et des entreprises avec des cours de communication, de marketing, de management, de création d'entreprise et de comportement consommateur



☆ Qu'est-ce que l'on fait en cours  
de communication ? ☆



Cours Magistral et TD

Evaluation : écrit en Cours Magistral - Oral de groupe en TD

En première année de licence, on apprend au premier semestre les fondamentaux de la communication. En effet, il s'agit d'une discipline nouvelle, il faut donc découvrir les différents courants et les auteurs fondamentaux.

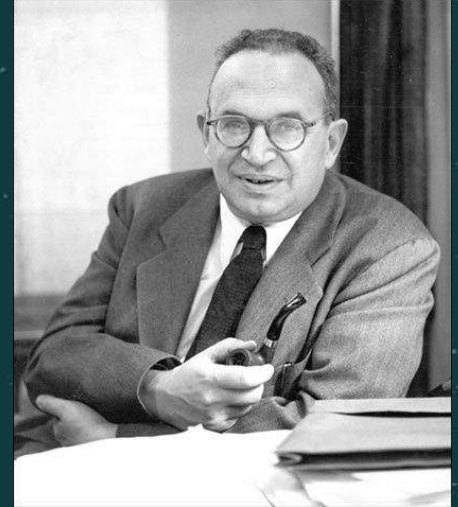
Au deuxième semestre, on étudie plus spécifiquement la communication interactionnelle. Ceci est notamment illustré par l'étude des réseaux sociaux ou bien encore de la buzz stratégie.



En licence 1

Qui est Paul Lazarsfeld ?

Paul Lazarsfeld (1901-1976) a travaillé sur l'influence des médias. Il fait partie des auteurs fondamentaux que l'on étudie en cours en faisant le lien avec la réalité médiatique (chaîne d'infos continues, réseaux sociaux...) actuelle.



## En licence 2

Cours Magistral et TD

Evaluation : écrit en Cours Magistral - Oral de groupe en TD

En deuxième année de licence, on travaille sur la communication de la marque mais aussi à réfléchir sur ce qu'est une marque : est-ce que le Louvre est une marque ? Est-ce que Barack Obama est une marque ?

La communication ce n'est pas que de la publicité, alors on évoque également les nouvelles modalités communicationnelles : sensorielles, digitales, expérientielles...

Vous serez aussi amené à créer en groupe votre propre marque !



En licence 2

Qui est Benoît Heilbrunn ?

Benoît Heilbrunn est professeur à l'ESCP Europe. Il est l'auteur d'un livre qui vous sera très utile en deuxième année : la marque.

Tout petit livre d'une centaine de pages, vraiment accessible, ce sera l'un de vos meilleurs amis en Licence 2 en cours de communication.



A white outline of a smartphone with a black screen. The text 'En licence 3' is written in orange on the screen.

## En licence 3

Cours Magistral et TD

Evaluation : écrit en Cours Magistral - Oral de groupe en TD

En troisième année, on renforce ses connaissances théoriques et pratiques et on se prépare doucement mais sûrement à l'entrée en Master 😊

Ainsi, on continue à travailler la notion de communication de la marque et on travaille notamment plus spécifiquement la notion de communication expérientielle.

Les points de vente comme Apple, Lego ou bien encore Nature et Découverte n'auront plus aucun secret pour vous. Vous aurez les clés analytiques et critiques pour devenir des professionnels du décryptage !





En licence 3

Qui est Agnès Giboreau ?

Agnès Giboreau est directrice du Centre de Recherche de l'Institut Paul Bocuse

Elle a co-publié avec Laurence Body un ouvrage sur le Marketing Sensoriel qui décrypte aussi bien les odeurs aux abords des boulangeries que la douceur du papier toilette.



A dark teal hand is shown from the palm side, holding three glowing lightbulbs. The lightbulbs are white with yellow filaments and radiating lines around them, indicating they are lit. The background is a dark teal color with a subtle pattern of small white stars and a larger, faint starburst pattern.

Un petit récapitulatif ?

# En première année de Licence LEA Dijon

On a de la communication au premier et au second semestre

01

03

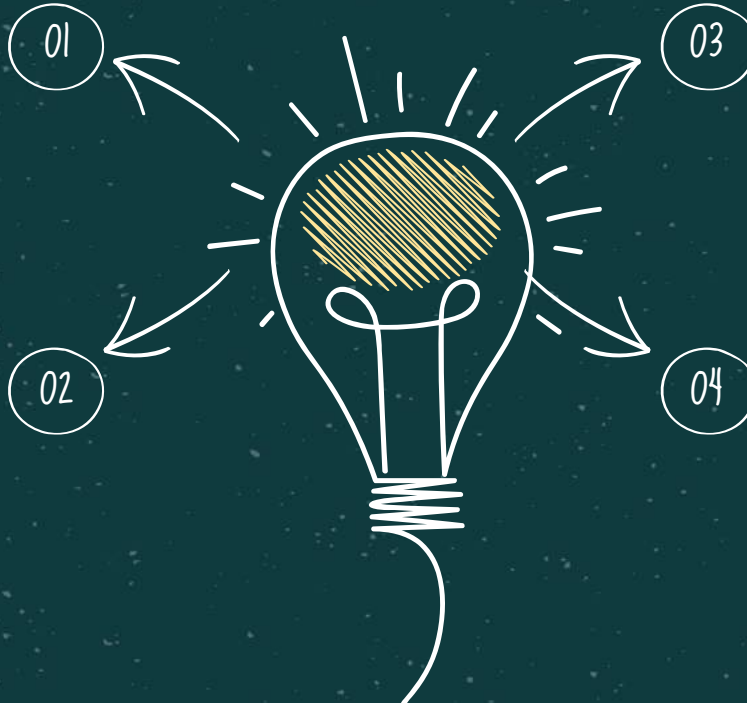
Evaluation écrite et orale en groupe

En Cours Magistral et en Travaux Dirigés

02

04

On découvre la communication, discipline nouvelle, en étudiant les courants fondamentaux mais tout en faisant le lien avec notre monde contemporain



## Deuxième année - Troisième semestre

### UE 5 – Découverte des parcours

**CM « L'organisation de la marque » (12h00)** qui vise à expliquer l'organisation d'une marque et les différentes architectures qu'elle peut présenter en lien avec ses enjeux identitaires

**TD communication « L'organisation appliquée de la marque » (18h00)** permettra d'entrer plus dans les logiques stratégiques à partir de mises en situations concrètes.

**CM de « Cultures des entreprises » (8h00)**. Il s'agit d'initier les étudiants au monde de l'entreprise en leur présentant les différents types d'entreprenariats, les différentes modalités de gestion humaines et financières de l'entreprise avec l'environnement des partenaires sociaux.

**CM « Introduction aux industries de la langue » (12h)**. Il s'agit d'initier les étudiants aux champs principaux des industries de la langue, en entamant une réflexion sur le rapport entre l'acquisition d'une langue et le développement de compétences professionnelles.

Deuxième année - quatrième semestre, parcours de spécialité

## UE 5 – Parcours de spécialisation

Parcours stratégies des marques et des entreprises

**CM de communication/marketing (12h00)** expliquer l'imbrication et la complémentarité de ces deux disciplines

**TD « les nouvelles modalités communicationnelles » (18h00)** permettra de travailler sur des cas de stratégies digitales, sensorielles et relationnelles

**CM « comportement du consommateur » (18h00)** montrer le travail d'études et d'analyses réalisé pour comprendre les logiques comportementales des consommateurs afin de définir les stratégies déployées

Troisième année - cinquième semestre, parcours de spécialité

## UE 5 – Parcours de spécialisation

Parcours stratégies des marques et des entreprises

**CM de « marketing stratégique de la marque et du produit » (18h00)**

**TD de « marketing stratégique de la marque et du produit » (18h00)** permettra d'entrer plus dans les logiques de **marketing** stratégiques

**TD de communication « communication expérientielle » (18h00)**

**CM « Culture et création d'entreprises » (12h00)**

Troisième année - sixième semestre, parcours de spécialité

## UE 5 – Parcours de spécialisation

Parcours stratégies des marques et des entreprises

**CM de communication « stratégies de marques » (12h00).** Etude de la notion de « branding »

**TD de marketing stratégique (18h00)**

**TD de communication « stratégies de marque » (18h00)** prolonge la spécialisation avec des travaux concrets sur la durée.

**CM « Management » (12h00)**



Et après ?



Au sein de l'UFR Langues et Communication, après la licence LEA spécialité Stratégie des Marques et des Entreprises, deux Masters peuvent vous intéresser :

- Le Master LEACA : Langues, Commerce et Affaires spécialisé dans la gastronomie l'agro-alimentaire
- Le Master MASCI : En stratégies de Communication Internationale



