



DOSSIER DE PRESSE

Soirée de lancement
du livre numérique "Licenciés"

le 14 mars 2013 à 18 h 30



Institut des sciences
de l'information et
de la communication

Université Michel de  Montaigne Bordeaux 3



Le Comité de pilotage du livre numérique “Licenciés”

Amandine De Munter
Marion Favre-Laurin
Maud Fragale
Michaël Reynier
Océane Soubrier
Laurie Viala
et Gaëlle Perthot (Infothèque de l'ISIC)

Sous la direction de

Nayra Vacaflor

Contacts

Nayra Vacaflor : nayra.vacaflor@u-bordeaux3.fr
COFIL : licenciesscopil@gmail.com

Vous pouvez aussi nous rejoindre sur **Facebook** : **Licenciés ISIC**

COMMUNIQUE DE PRESSE

Bordeaux, le 23 février 2013

« Licenciés »

C'est le 14 mars 2013 que se tiendra la soirée de lancement du livre numérique des « Licenciés » de l'ISIC (Institut des Sciences de l'Information et de la Communication. La célébration de cette première édition sera accueillie par la Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, salle Jean Borde, à partir de 18 h 30.

Nous avons donc le plaisir d'inviter tous ceux qui croient en ce projet pédagogique participatif. De la rédaction des articles par les étudiants à la formation d'un Comité de Pilotage formé d'étudiants Isiciens et de Nayra Vacaflor, IGR en Sciences de l'information et de la communication, en passant par l'intervention de professionnels, rédacteurs de nos éditoriaux, cette publication est avant tout le fruit d'un travail commun et collectif. Nous-même avons cru en la qualité des étudiants de 3^e année de licence de l'ISIC et c'est pour cela que nous avons mis tout en œuvre pour que ce projet de publication numérique voit le jour et continue d'exister dans les années à venir.

Durant cette soirée, nous vous invitons donc à venir à la rencontre de ces étudiants, futurs professionnels de la communication, des professeurs et chercheurs sans qui le projet n'aurait pu naître, et des professionnels qui se sont investis dans ce projet universitaire afin de lui donner une toute autre valeur : celle de la richesse du terrain. Cette soirée sera l'événement officiel du lancement de ce premier livre numérique « Licenciés » : présentation du projet, rencontre avec les étudiants, professeurs et professionnels, discussions autour d'un verre et de mignardises, voilà ce qui vous attend si vous nous faites l'honneur de votre présence. Vous pourrez également rencontrer Gaëlle Pertot, responsable de l'Infothèque de l'ISIC, notre partenaire.

Vous ne pouvez manquer cet événement qui marquera, nous l'espérons, le début d'une longue publication universitaire empreinte de toute la diversité et de la curiosité intellectuelle de ces étudiants. Nous vous attendons donc dans une ambiance conviviale où bonne humeur, culture et communication seront au rendez-vous afin qu'étudiants, professionnels et universitaires se rencontrent autour de cette publication de « Licenciés » qui comptent bien vous démontrer qu'être licenciés n'est peut être pas une si mauvaise chose !

Pour plus d'informations, rejoignez notre groupe Facebook « Licenciés ISIC » : vous y trouverez des informations concernant les articles qui constitueront cette publication. N'hésitez pas à rejoindre l'univers des « Licenciés ».

L'équipe du Comité de Pilotage
« Licenciés »

LE PROJET PEDAGOGIQUE “LICENCIES”



Face aux enjeux de l'éducation et de la formation, le projet pédagogique que nous souhaitons développer s'articule autour d'une volonté constante de proposer à nos étudiants un outil supplémentaire de valorisation de leur travail scientifique et d'insertion professionnelle.

Durant l'année universitaire 2011-2012 un projet pédagogique éditorial sans précédent, s'est mis en place avec la Licence 3 de la spécialité Communication des Organisations de l'Institut des Sciences de l'Information et de la Communication (ISIC). Il s'agit là de la création et de la publication scientifique du premier livre numérique de la filière. La volonté initiale a été de proposer une méthode de pédagogie participative aux étudiants afin de leur permettre de se confronter à des connaissances théoriques au travers de différents textes scientifiques, de se les approprier en les décryptant, et de s'aguerrir à l'exercice de rédaction en mettant en forme des articles destinés à la publication. L'objectif pédagogique était de susciter le goût de la lecture scientifique en priorité mais visait également l'appréhension de la lecture de vulgarisation en communication pour éveiller le désir de s'expérimenter à la rédaction, tels des auteurs d'un article publiable.

Elaboré en deux parties, le cours théorique dispensé mettait en place dans un premier temps les bases fondamentales de veille documentaire, la mise au point de la rédaction d'un sujet de recherche, une problématique, la mise au point d'une méthodologie propre de lecture et de synthèses et enfin, la structuration d'un article. Dans un deuxième temps, les étudiants rédigeaient l'article et la sélection d'un comité de lecture permettait aux articles les plus aboutis d'être publiés et diffusés sur différents moteurs de recherche (tels que BABORD). Un partenariat a été établi avec l'Infothèque de l'ISIC. Ce travail pédagogique-participatif a donné lieu à la mise en œuvre d'un comité de pilotage, sur la base d'étudiants « bénévoles » désireux de s'impliquer dans la mise en page, la préparation des éditoriaux, la communication événementielle et promotionnelle du livre numérique ainsi que le suivi des actions. En parallèle, ce projet pédagogique a utilisé des plateformes numériques pour optimiser les échanges et l'encadrement pédagogique avec les étudiants avec 96% de réussite (création d'un groupe fermé Facebook pour le COPIL, ouverture d'une DropBox pour les dépôts des articles et autres supports, etc.)

Fort du succès de cette première expérience, nous souhaitons pour l'année 2012-2013, renouveler cette initiative en proposant aux nouveaux étudiants de L3 le même principe de valorisation de leur travail scientifique par la création d'un livre collectif composé de différents articles, avec pour thématique centrale la communication des organisations à l'ère de la citoyenneté européenne.



QU'EST-CE QUE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS ?

Pour cette première édition, les étudiants ont choisi leur propre sujet d'écriture. Ce sujet devait répondre aux besoins d'insertion professionnelle ou bien à une motivation personnelle. Chaque sujet portait donc une dimension individuelle, identitaire et surtout une vision professionnalisante dans la communication des organisations.

La confrontation de ces sujets très divers a donné naissance à la constitution de plusieurs chapitres. Après une catégorisation en fonction des thématiques récurrentes, le comité scientifique du livre numérique a choisi 5 rubriques :

1. Communication et interculturalité

Ici, 4 étudiants ont choisi de traiter le phénomène du métissage culturel que ce soit à au sein des organisations ou à l'échelle d'un pays. Management interculturel dans les entreprises, phénomène du « consummatisme » en Chine, gestion et communication au sein des équipes multiculturelles ou acculturation mexicaine aux États-Unis : voilà 4 thèmes illustrant les enjeux de la mondialisation et des Sciences de l'Information et de la Communication au sein de nos pays. Comment conserver une identité culturelle au sein d'un métissage mondial ?

2. Communication dans l'espace public

Comprendre les enjeux de l'espace public dans nos sociétés c'est aussi comprendre la place et l'importance de la communication publique actuelle. 3 étudiantes abordent ainsi 3 sujets révélateurs d'un espace public multiplié : circulation de la parole dans l'espace public, enjeu de la communication face au développement durable et rôle de Facebook dans les Révolutions Arabes ; nous ne pouvons aborder la communication sans comprendre son lieu d'expression, l'espace public.

3. Communication et marketing

Comment ne pas lier communication et marketing ? Aujourd'hui, le monde industriel investi dans la communication car elle est vecteur de nouveaux moyens et outils plus à même de convaincre la « société de l'information » que nous constituons. Luxe, automobile, celebrity marketing et marketing sportif sont abordés dans cette thématique où les stratégies communicationnelles sont remises en cause.

4. Communication publique et politique

Cette rubrique montre l'enjeu qu'il y a dans la communication publique et politique : action publique et action politique ne doivent pas se confondre. C'est pourquoi 3 étudiantes s'emploient à nous expliquer comment la communication publique est en proie à une quête de légitimité face au poids de l'action politique ; comment politique et médias se confondent en laissant apparaître des nouvelles formes de communication en politique et comment le discours politique s'apparente à une cristallisation du pouvoir, entre argumentation et arme de séduction.

5. Communication, travail et entreprise

Comment la communication est-elle devenue un élément essentiel dans le monde de l'entreprise mais aussi dans le monde de l'enseignement ? Aujourd'hui, « on ne peut pas ne pas communiquer » et la naissance de la formation à distance depuis quelques années est révélatrice de l'importance de la communication dans nos vies. Ce système complexe de communication montre que tous les domaines sont confrontés au phénomène de la communication. Nous essayons donc de comprendre les enjeux de cette communication omniprésente.



LES EDITORIALISTES

76 articles ont été rédigés par les étudiants de L3, spécialité Communication des organisations à l'ISIC et seulement 19 ont été retenus pour cette première publication. Afin de soutenir ce projet universitaire, des professionnels ont accepté notre invitation pour rédiger les éditoriaux des thématiques précédemment citées.

Gwenail LAMARQUE

Directeur de la Maison de l'Europe Bordeaux Aquitaine nous a fait l'honneur d'écrire l'éditorial « Communication et interculturalité » ;

Saskia BERTHELON

Directrice de la communication du Conseil Général de la Charente nous a fait l'honneur d'écrire l'éditorial « Communication dans l'espace public » ;

Julien DAUBERT

Co-fondateur et directeur commercial de *10h11*, agence bordelaise de communication numérique, nous a fait l'honneur d'écrire l'éditorial « Communication et marketing » ;

Hélène FRIBOURG

Directrice de la communication de la Communauté urbaine de Bordeaux, nous a fait l'honneur d'écrire l'éditorial « Communication publique et politique » ;

Benoit CORDELIER

Professeur au Département Communication sociale et politique à l'UQAM, Université du Québec à Montréal, nous a fait l'honneur d'écrire l'éditorial « Communication, travail et entreprise ».

LES AUTEURS



Camila ARCADER

Étudiante en Master 1 Communication des Organisations, parcours Expertise, audit et conseil en communication, ISIC, Bordeaux 3.

Article : Le phénomène du métissage culturel dans les organisations : le management interculturel

Extrait : « les distances physiques rétrécissent avec l'avènement d'Internet, alors que l'espace, lui, se dilate. Nous nous intéresserons ici au monde de l'entreprise et aux différentes méthodes de management face au phénomène du métissage culturel. »

Sonia BELET

Étudiante en Master 1 Communication des Organisations, parcours Expertise, audit et conseil en communication, ISIC, Bordeaux 3.

Article : Quelle est l'importance du rôle des communicants dans la mise en place progressive du développement durable au sein de la société ?

Extrait : « Une véritable réflexion est à mener sur le concept et sur ses finalités, il mobilise tous les acteurs et les communicants en sont les précurseurs. »

Noalig BITEAU

Étudiante en Master 1 Communication des organisations, parcours Communication publique et politique, ISIC, Bordeaux 3.

Article : Le discours politique : entre argumentation et arme de séduction

Extrait : « Dans la vie politique française, le discours et particulièrement le discours de meeting, est l'un des moments de cristallisation du pouvoir. De nombreuses théories, depuis l'Antiquité, tentent d'en montrer tant les constituants que les tenants et les aboutissants. »

Charlotte CHEVALLIER

Étudiante en Master, Sciences Po, Paris.

Article : Approche communicationnelle de la conduite du changement au travail

Extrait : « Comment entreprises et institutions abordent-elles les nouveaux enjeux de transformation ? En quoi, surtout, la communication est une donnée essentielle dans l'accompagnement de cette conduite du changement au travail ? »

Laurie DELAGNES

Étudiante en Master Information et communication, Toulouse.

Article : La politique et les médias en 2012

Extrait : « De nos jours, la tendance forte est à la médiatisation des sujets politiques et une grande majorité des politiciens usent et abusent du recours à cette nouvelle forme de communication. »

Stella DELFAUT

Étudiante en Master Marketing, communication et stratégie commerciale, INSEEC, Bordeaux.

Article : Le marketing sportif : le sport, un nouvel outil de communication

Extrait : « Le sport occupe de plus en plus de place dans les médias d'aujourd'hui. Par conséquent, de nombreuses entreprises et collectivités locales accordent une grande part de leur budget communication au marketing sportif, principalement sous forme de sponsoring. »

Amandine DE MUNTER

Étudiante en Master I Communication des organisations, parcours Communication publique et politique, ISIC, Bordeaux 3.

Article : La communication publique en quête de légitimité : comment donner, pour le citoyen, du sens au projet territorial ?

Extrait : « Dans ce texte, nous tentons de dresser le portrait actuel de la communication publique et de mettre en lumière un écueil : cette communication est victime d'une crise de légitimité. Son lien étroit avec le politique y est pour beaucoup [...] »

Romain DESFARGES

Étudiant en Master I Communication des Organisations, parcours Expertise, audit et conseil en communication, ISIC, Bordeaux 3.

Article : Le football, ancien sport populaire, devenu outil médiatique

Extrait : « Les sponsors se retrouvent sur le devant de la scène footballistique et les joueurs derrière les écrans publicitaires : tout est question d'argent, tout le monde veut sa part du gâteau. »

Yann EPSTEIN

Étudiant en Master I Communication des Organisations, parcours Stratégie et produit, ISIC, Bordeaux 3.

Article : La communication automobile

Extrait : « L'automobile et sa publicité subissent diverses pressions ; les exigences écologiques de l'Union européenne, les engagements du Grenelle de l'environnement, les restrictions de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité et bien d'autres. Face à de telles responsabilités, il est nécessaire de remettre en question les stratégies communicationnelles. »

Marion FAVRE LAURIN

Étudiante en Master I Communication des Organisations, parcours Stratégie et produit, ISIC, Bordeaux 3.

Article : Luxueuses innovations en webmarketing du luxe

Extrait : « Dans une situation de crise telle que nous la connaissons depuis 2008, entre stabilisation et chute libre économique, l'univers de la mode et du luxe a-t-il été épargné ? »

Maud FRAGALE

Étudiante en Master I Communication des organisations, parcours Communication publique et politique, ISIC, Bordeaux 3.

Article : L'espace public

Extrait : « Aujourd'hui, le Street Art est d'autant plus d'actualité qu'il est révélateur d'un espace public moderne. Le but est bien de s'exprimer sur la place publique, aux yeux de tous. Mais dans cet art, l'intimité de l'artiste, de son individualité, s'exprime. »

Fabien GUIRAUTE

Étudiant en L3 Sciences de l'Information et de la Communication, ISIC et LI LEA Chinois-anglais, Bordeaux 3.

Article : La communication en République Populaire de Chine ; étude de son essor et de sa complexité

Extrait : « Une confrontation culturelle s'opère entre les sciences de l'information et de la communication (SIC) importées en Chine et les héritages de la culture chinoise. »

Kristina KAGHDO

Médiatrice culturelle, festivals de cinéma, Lituanie.

Article : La gestion et la communication au sein des équipes multiculturelles

Extrait : « la multiculturalité est-elle un avantage pour l'entreprise ? Ou bien n'est-ce qu'une source de conflits et de dysfonctionnement au sein de l'équipe ? Pourrait-on trouver un bon modèle de gestion pour profiter de la diversité culturelle ? »

Jordane LESPINASSE

Étudiante en Master I Communication des organisations, parcours Audit et Expertise, ISIC, Bordeaux 3.

Article : Comment la communication institutionnelle a-t-elle réussi à s'imposer ?

Extrait : « Après de nombreuses années focalisé sur la communication marchande, un nouveau type de communication a vu le jour : la communication institutionnelle (ou corporate). Une communication non seulement adaptée pour le secteur privé, mais également pour le secteur public. »

Adeline NAULEAU

Étudiante en Master I Communication & générations, ISIC, Bordeaux 3.

Article : La contestation médiatiques des pouvoirs établis pendant la Révolution Arabe à travers les réseaux sociaux : le cas particulier de Facebook

Extrait : « Analyse d'un mouvement qui n'aura pas changé le monde mais aura réussi à le bouleverser, tant sur le fond politique qui s'est vu complètement retourné, que sur la forme technique qui s'est adaptée au public d'une génération ancrée dans un nouveau système communicationnel. »

Thi Xuan NGUYEN

Assistante administrative et communication, cabinet médical, Vietnam.

Article : Formation à distance : un système complexe de communication

Extrait : « L'objectif général est de montrer qu'à côté de certaines possibilités de temps, d'espace que ce nouveau modèle d'enseignement nous a amené, la formation à distance implique un système plus complexe qu'elle paraît de prime abord. »

Michael REYNIER

Étudiant en Master I Communication des Organisations, parcours Stratégie et Produit, ISIC, Bordeaux 3.

Article : Stars & Publicité : les limites du celebrity marketing

Extrait : « Le celebrity marketing est une stratégie publicitaire qui consiste pour une marque à s'associer à une célébrité pour que cette dernière vante ses produits. Très populaire, elle n'est pas toujours bien utilisée et a des limites. »

Salomé SENECAI

Étudiante en MBA Master Marketing, INSEEC, Bordeaux.

Article : Communiquer en temps de crise ; Anticiper, former, conseiller, gérer

Extrait : « N'est ce qu'une impression ou la réalité, que les phénomènes de crise semblent aujourd'hui s'accélérer et même s'amplifier dans un contexte économique de plus en plus concurrentiel auquel vient s'ajouter une forte médiatisation des événements ? »

Ludivine WILLO

Étudiante en Master I Communication des Générations, ISIC, Bordeaux 3.

Article : À l'heure où les flux migratoires et la mobilité ne cessent de s'accroître, comment conserver une identité culturelle ? Le cas de l'acculturation mexicaine

Extrait : « [...] suite à une pénurie de main-d'oeuvre, les mexicains sont invités à venir travailler temporairement aux États-Unis. Ces travailleurs découvrent le mode de vie "américain" et on découvre un premier pas vers l'acculturation mexicaine-américaine. »

ET LA 2^E EDITION ?



La thématique pour la 2^e édition du livre numérique « Licenciés » traitera de la communication des organisations à l'ère de la citoyenneté européenne. Ce second projet est né de la volonté de pouvoir proposer aux étudiants de l'ISIC la possibilité de s'investir dans le montage d'un projet à dimension internationale en répondant à l'appel à projet du programme « L'Europe pour les citoyens 2007-2013 ».

En effet, la commission européenne a proposé de désigner 2013 comme « année européenne des citoyens », afin de marquer le 20^e anniversaire de l'institution de la citoyenneté de l'Union Européenne par le traité de Maastricht. Dans ce cadre précis, sont encouragées toutes les actions dont l'objectif vise à avoir une influence positive sur la construction d'une Union Européenne avant tout proche de ses citoyens, où dialogue interculturel, diversité des expressions et mobilisation d'une citoyenneté active demeurent des axes principaux de travail.

Aussi, notre projet cherche véritablement à s'inscrire dans cette démarche d'appropriation civique et populaire de l'Europe. Nous proposons là une initiative dont l'objectif promeut valeurs européennes, citoyenneté et participation active.



SOIREE DE LANCEMENT DU 14 MARS 2013

PROGRAMME

18 h 30

Accueil des invités

18 h 45

Présentation du projet « Licenciés »

Interventions :

- ➔ Membres du Comité de Pilotage du projet et sa directrice, Nayra Vacaflor
- ➔ Auteurs du livre numérique
- ➔ Professionnels ayant participé à la réalisation du projet

19 h 30

Pot de remerciement

INFOS PRATIQUES

Lieu

MSHA (Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine)
Salle Jean Borde
10, esplanade des Antilles
33607 PESSAC

Contacts

Nayra Vacaflor : nayra.vacaflor@u-bordeaux3.fr
COFIL : licenciesscopil@gmail.com

Vous pouvez aussi nous rejoindre sur Facebook : Licenciés ISIC