

M1 IEAP – Semestre 1
BTI/IEMH/FHIE
FIEA06AM : **Connaissance du monde professionnel**

Mention (cochez la mention et le parcours concerné)

APAS	IEAP BTI	IEAP IEMH	IEAP FHIE	MS	EOPS
	X	X	X		

Semestre d'étude (cochez le semestre relatif à l'enseignement)

Master APAS				Master MS				Master EOPS				Master IEAP		Master IEAP	
S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	S1	S2	S3	S4
												IEMH/BTI	FHIE	BTI	BTI
												X			

Nature et volume du cours (renseignez le nombre d'heures ou de semaines de stage relatifs à l'enseignement)

Cours magistral	Travaux dirigés	Travaux Pratiques	Travail Personnel Etudiant	Stage
20 h	h	h	h	semaines

Objectifs de l'enseignement (précisez en quelques lignes les notions abordées, les connaissances et/ou compétences visées par l'enseignement)

- Ce cours vise à faire connaître aux étudiants le monde professionnel dans lequel ils évolueront, soit :
- découverte du monde de l'entreprise (structures et démarches)
 - analyse du discours axiologique, institutionnel et externe des entreprises
 - préparation à la recherche de stage des étudiants de M1 puis de M2
 - préparation des candidatures : CV traditionnel et lettre de motivation.

Mots-clés

Entreprises ; marque-employeur ; stage ; CV ; lettre de motivation.

Positionnement du cours dans le diplôme. Contextualisez ce cours par rapport aux cours du même champ dans les années antérieures et/ou ultérieures du diplôme

Après des cours de communication centrés sur la forme des discours universitaires et scientifiques (en licence), premier cours sur la communication d'entreprise – avec rencontre d'entrepreneurs.

Modalités d'évaluation envisagées :

40% contrôle continu ; 60% contrôle final

Plan de cours :

- 10 h : conférences d'intervenants du monde professionnel (industries du sport, de l'automobile, de l'aviation, start-ups, cabinets d'ergonomie...)
- 10 h de cours :
 - la communication d'entreprise : formes, modalités et destinataires (la marque-employeur)
 - analyse du discours du « monde professionnel » et des entreprises : quel contenu ? quelles valeurs ? quelles attentes ?
 - candidater : le bilan de compétences ; la lettre de motivation ; le C.V.

Bibliographie indicative :

A. Delmotte, Fr. de Monicault, S. Duhamel [et al.] *Grand livre de la candidature gagnante*, Levallois-Perret, Studyrama-Vocatis, 2011

Y. Namoin, « Communication de recrutement et/ou marque employeur ? », *Communication & Management* 2013/2 (Vol. 10), p. 73-85. DOI 10.3917/comma.102.0073