

Licence LEA

Présentation des parcours de spécialité

Journée Portes Ouvertes 2021
UFR Langues et communication
Université de Bourgogne

Les deux parcours proposés

Le parcours « Industries de la langue » oriente vers les master T2M et LEACA à l'UB et vers d'autres Master mention « traduction et interprétation » ou « Langues étrangères appliquées ». Ce parcours initie les étudiant.e.s aux domaines et aux métiers (traduction, rédaction technique, gestion de ressources multilingues, accessibilité numérique...) des **industries de la langue**, caractérisées par une approche « outillée » de la langue et par l'influence des technologies numériques.

Parcours « Stratégies des marques et des entreprises » oriente vers les masters MASCI et LEACA à l'UB et vers d'autres Master « information-communication » ou « Langues étrangères appliquées ». Ce parcours est axé sur **les fonctions de valorisation d'une structure dans un environnement international** (stratégies marketing, communicationnelles, achat, distribution, négociation, e-commerce, relation clientèle, opération de circulation internationale).



Ces parcours ne sont pas simplement des options qui viennent s'ajouter aux autres cours. Ils constituent une spécialisation progressive qui vise à aider chaque étudiant.e à s'orienter vers une poursuite d'études et/ou vers le marché du travail, tout en apprenant à maîtriser des domaines de spécialité et les langues de spécialité attenantes.

Structure de la spécialisation

Licence LEA Dijon parcours 'Industries de la langue' et 'Stratégie des marques'

ANNEE Licence 1

Tronc commun avec passerelles de réorientation entre les formations.

ANNEE Licence 2

Semestre 3 : UE5 – UE5 Découverte des parcours

Semestre 4 : UE1 – UE5 Parcours de spécialisation (au choix)

ANNEE Licence 3

Semestre 5 : UE5 – UE Parcours de spécialisation (au choix)

Semestre 6 : UE5 – UE Parcours de spécialisation (au choix)



Les deux parcours sont ouverts aux différentes combinaisons de langues proposées pour la Licence LEA : anglais + allemand, espagnol, italien ou russe.

Structure de la spécialisation – L2S3

UE 5 – Découverte des parcours

CM « L'organisation de la marque » (12H) : 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 » (18H) : permettra d'entrer plus dans les logiques stratégiques à partir de mises en situations concrètes.

CM de « Cultures des entreprises » (8H) : 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.

Structure de la spécialisation – L2S4

UE 5 – Parcours de spécialisation

Parcours stratégies des marques et des entreprises	Parcours industries de la langue
CM de communication/marketing (12H) : explique l'imbrication et la complémentarité de ces deux disciplines	CM Métiers de la langue (12H) : initiation aux métiers principaux du secteur, aux compétences à développer et aux enjeux technologiques et scientifiques.
TD « les nouvelles modalités communicationnelles » (18H) : permet de travailler sur des cas de stratégies digitales, sensorielles et relationnelles	CM Traductologie et linguistique appliquée (12H) : initie les étudiants aux paradigmes de traductologie (<i>translation studies</i>) tels qu'ils sont mises en œuvre dans le milieu de la traduction professionnelle.
CM « comportement du consommateur » (18H) : montre le travail d'études et d'analyses réalisé pour comprendre les logiques comportementales des consommateurs afin de définir les stratégies déployées	CM Langues et relations internationales (18H) : initiation aux relations internationales en étudiant le rôle des industries de la langue.

Structure de la spécialisation – L3S5

UE 5 – Parcours de spécialisation	
Parcours stratégies des marques et des entreprises	Parcours industries de la langue
CM de « marketing stratégique de la marque et du produit » (18H)	CM « Langue et industries du numérique » (18H) : explore le rôle et l'évolution rapide des technologies numériques dans les industries de la langue
TD de « marketing stratégique de la marque et du produit » (18H) permettra d'entrer plus dans les logiques de marketing stratégiques	TD « Méthodologie de la recherche située » (12H) : introduction aux théories de la culture et à leur application en contexte d'entreprise
TD de communication « communication expérientielle » (18H)	TD « Atelier de traduction » (2 x 12H) : initiation à la traduction spécialisée, 1 atelier thématique par semestre et par langue
CM « Culture et création d'entreprises » (12H)	

Structure de la spécialisation – L3S6

UE 5 – Parcours de spécialisation

Parcours Stratégies des marques et des entreprises

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

TD de marketing stratégique (18H)

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

Parcours Industries de la langue

CM « Langue, traduction et recherche située » (18H) : perspectives recherche / R&D dans un secteur en évolution rapide.

TD « Cultures professionnelles à l'international » (12H) : introduction aux théories de la culture et leur application en contexte d'entreprise

TD « Atelier de traduction » (2 x 12H) : introduction à la traduction spécialisée, atelier thématique par langue

Intégration au monde de l'entreprise : chaque étudiant.e effectue un stage ou expérience professionnelle équivalente donnant lieu à un rapport qui analyse l'expérience dans le contexte de son parcours de spécialisation.