

Master Communication des organisations

Niveau de diplôme
Bac +5

ECTS
120 crédits

Durée
2 ans

Composante
**Institut d'Administration
des Entreprises (IAE)**

Parcours proposés

Parcours Stratégie numérique de communication

Présentation

Le Master Communication des organisations, parcours Stratégies Numériques de Communication, forme à l'IAE de Poitiers des professionnel·les disposant d'une forte culture numérique, capables de mobiliser les théories et méthodes des Sciences de l'information et de la communication et plus largement des Sciences humaines et sociales pour analyser les pratiques communicationnelles en contexte numérique afin de concevoir et d'accompagner la mise en œuvre de stratégies innovantes.

Le taux de sélection pour ce Master est de 22% en 1ère année et de 77% en 2ème année.

Le taux de réussite est de 100%.

Le Master Communication des Organisations de l'IAE de Poitiers propose plusieurs parcours distincts : formation initiale, dont l'apprentissage en M2.

En présentiel, les étudiants bénéficient d'un cadre de travail agréable et adapté aux usages numériques. Ils participent à des activités communes aux formations de l'IAE (challenges, conférences thématiques). Pour trouver leurs stages, ils s'appuient sur des outils (job teaser, plateforme numérique

dédiée aux stages et à l'alternance) et événements (forum stage, forum apprentissage, journée de l'audit) organisés spécifiquement pour eux.

Les années d'études sont aussi des années d'ouverture. L'université de Poitiers propose un agenda culturel et festif (color run, spectacles) complémentaire aux structures culturelles de la ville (le Confort Moderne, le Théâtre Auditorium de Poitiers, La Blaiserie, l'Arena du Futuroscope, Republic corner...). Enfin, l'université de Poitiers apprécie et valorise l'engagement étudiant sous ses formes plurielles. A l'IAE, les étudiants peuvent s'impliquer dans la vie étudiante : BDE, Bureau des Sports, association à dominante culturelle, associations thématiques.

Objectifs

Le Master 1 fournit les méthodes nécessaires à l'élaboration de stratégies de communication, de la réalisation d'audits et d'enquêtes, jusqu'à la mise en œuvre concrète d'une communication 360°. Plusieurs activités voisines sont également abordées, comme le design de service, la médiation scientifique, le journalisme d'enquête, ou encore le plaidoyer pour la justice sociale et climatique.

Le Master 2 est réalisé en alternance, articulant une activité professionnelle en entreprise avec des enseignements en communication (communication numérique, planning stratégique, gestion de communautés en ligne, communication de crise, industries culturelles et créatives, communication responsable...), des séminaires dédiés

aux méthodes d'analyse des pratiques numériques et la réalisation d'un mémoire de recherche.

Savoir-faire et compétences

- > Maîtriser les méthodes d'enquête et d'analyse des pratiques communicationnelles numériques
- > Connaître les enjeux sociaux, politiques et économiques de la communication contemporaine
- > Concevoir des stratégies de communication innovantes et pertinentes
- > Gérer l'organisation d'une équipe et le pilotage de projets

Les + de la formation

La formation repose sur quatre piliers :

- > Une équipe composée d'enseignant·es chercheur·ses spécialistes des pratiques de communication numérique et des intervenant·es aux expériences professionnelles variées, plus de la moitié des enseignements est assurée par des intervenants professionnels
- > Une pédagogie axée sur des projets et des enquêtes en communication répondant aux besoins de véritables commanditaires
- > Une professionnalisation progressive et approfondie tout au long du cursus (projets, gestion d'associations étudiantes, stage et alternance)
- > Une formation à la recherche académique et à ses usages professionnels (organisation de séminaires, réalisation d'enquêtes répondant à des critères rigoureux, veille et étude de textes scientifiques, rédaction d'un mémoire)

Organisation

Ouvert en alternance

Type de contrat : Contrat d'apprentissage.

Alternance uniquement en MASTER 2

Stages

Stage : Obligatoire

Durée du stage : MASTER 1: 10 semaines minimum obligatoires en stage

Stage à l'étranger : Possible

Master 1 : stage du 1er avril jusqu'au : 31 août (maximum)
Stage à l'étranger possible en Master 1 uniquement

Projets tutorés tout au long de l'année de M1.

Admission

Conditions d'admission

En Master 1 :

L3 prioritairement en sciences de l'information et de la communication, en sciences humaines et sociales ou en sciences économiques et de gestion ou d'un diplôme de niveau BAC+3, ou équivalent dans le domaine

En Master 2 :

Réussite du Master 1 Communication des organisations ; autre Master 1 en Information-communication ou Sciences humaines avec un solide niveau d'anglais.

Pour Candidater :

Pour le M1 sur [# La plateforme nationale des masters \(monmaster.gouv.fr\)](#)

Pour le M2 sur [# eCandidat \(univ-poitiers.fr\)](#)

Pour qui ?

Pour candidater en master 1, il est recommandé d'avoir une bonne maîtrise de l'anglais et une pratique - personnelle, associative ou professionnelle - de la communication en ligne. La curiosité, l'intérêt pour les nouvelles pratiques numériques et médiatiques ainsi que la capacité à travailler en équipe sont également des atouts pour réussir dans cette formation.

- Concepteur rédacteur
- Chargé de communication événementielle
- Community manager
- Planner stratégique

[# Fiche insertion](#) (Cette étude est menée auprès des diplômés 2019, 30 mois après l'obtention du diplôme)

Et après

Insertion professionnelle

Le Master CO-SNC offre une formation générale en communication et forme des spécialistes des enjeux numériques pouvant exercer ensuite dans diverses structures : entreprises, agences, collectivités territoriales, associations, médias, ONG ou encore structures parapubliques. Les missions peuvent elles aussi être variées : communication interne, community management, communication institutionnelle, relations presse, communication publique, médiation culturelle et/ou scientifique, consulting... Le stage de M1 et l'alternance en M2 offre aux étudiant-es la possibilité de découvrir plusieurs domaines d'activités ou d'approfondir leur expérience dans un secteur spécifique.

Liste non exhaustive d'emplois possibles à l'issue du master :

- Consultant en communication
- Chargé de communication
- Chargé de relations publiques
- Attaché de presse
- Chef de projet communication digitale
- Responsable de communication
- Chargé de communication numérique
- Chef de publicité (numérique)
- Journaliste d'entreprise

Infos pratiques

Contacts

[Responsable de la mention](#)
Bruno VETEL

Autres contacts

Master 1 : Marion COVILLE

Master 2 : Bruno VÉTEL

Tel : 05.49.45.44.99

contact : #scol-fi@poitiers.iae-france.fr

IAE de Poitiers
Bât.E1
20 rue Guillaume VII le Troubadour
TSA 61116
86073 POITIERS Cedex 9, France

Lieu(x)

[# Poitiers-Centre Ville](#)

En savoir plus

Candidater au M1 CO

<https://www.monmaster.gouv.fr/master/universite-de-poitiers/communication-des-organisations-4?institution=universite%20de%20poitiers&p=3&position=29&layout=1>

Candidater au M2 CO

<https://ecandidat.appli.univ-poitiers.fr/>

Programme

Organisation

Le Master 1 est proposé à temps plein à l'IAE de Poitiers. Les cours ont lieu de septembre à avril, complétés par un stage de 10 semaines minimum en France ou à l'étranger. La formation se compose de deux semestres.

En Master 2, la formation est proposée uniquement en alternance, avec des cours dispensés à l'IAE de Poitiers. L'année de M2 alterne des pratiques pédagogiques chevronnées et des pratiques innovantes qui mobilisent les compétences et la créativité des étudiants. Un fort accent est mis sur la maîtrise de l'anglais (un cours d'anglais et un cours dispensé en anglais). L'acquisition d'une réflexivité sur les pratiques professionnelles est fortement soutenue dans le cadre de la production d'un mémoire d'initiation à la recherche. Enfin, des partenariats avec des réseaux professionnels de la communication complètent l'ancre terrain.

Mode full (title / type / CM / TD / TP / credits)

Parcours Stratégie numérique de communication

M1 Stratégie numérique de communication

Semestre 1

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE1 Semaine créative	UE	12h			3 crédits
Conception de service innovant et UX design	EC	12h			
Storytelling et production de contenus médiatiques : atelier podcast	EC				
UE2 Projet en communication numérique	UE	12h	30h		6 crédits
Management d'équipe et de projets numériques	EC	12h	10h		
Tendances graphiques et data visualisation	EC		20h		
Gestion associative et événementielle	EC				
UE3 Management de l'information	UE	36h	6h		9 crédits
Information en ligne, veille stratégique et médiatique	EC	15h	6h		
Orientation professionnelle et gestion de carrière	EC	9h			
Conseil et audit en communication : simulation d'agences	EC	12h			
UE4 Méthodes et enquêtes en information et communication	UE	57h			9 crédits
Communication et médiation scientifique	EC	21h			
Techniques d'enquête et digital methods	EC	21h			
Droit de l'information et du numérique	EC	15h			
UE5 Langues	UE		20h		3 crédits
Anglais	EC		20h		

Semestre 2

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE1 Communication stratégique	UE	21h	27h		6 crédits
Management des communautés en ligne et plateformes collaboratives	EC	9h	6h		
Communication des organisations	EC	12h			
Conseil et audit en communication : simulation d'agences	EC				
Communication éditoriale et création média	EC		21h		
UE2 Humanités numériques et digital methods	UE	36h			6 crédits
Techniques d'enquête et digital methods	EC	21h			
Théories de l'information et de la communication numériques	EC	15h			
Certification Analytics	EC				
UE3 Langues	UE		20h		3 crédits
Anglais	EC		20h		
UE4 Stage	UE	6h	19h		15 crédits
Méthodes de stage et veille métier	EC		13h		
Intelligence artificielle, deep learning, data science : actualité des sciences du numérique	EC	6h	6h		
Stage	EC				
Gestion associative et événementielle	EC				

M2 Stratégie numérique de communication

Semestre 3

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE1 Analyse des stratégies de communication numérique	UE	50h	18h		9 crédits
Industries culturelle et créatives : pratiques de production et de consommation innovantes	EC	18h			
Socioéconomie des plateformes numériques	EC	32h			
Stratégie d'influence et gestion de communautés en ligne	EC		18h		
UE2 Management de la communication	UE	65h			6 crédits
Planning stratégique et innovations médiatiques	EC	12h			
Communication responsable et inclusive	EC	32h			
Communication de crise et cartographie de controverses	EC	21h			
UE3 Environnements professionnels de la recherche et des entreprises	UE				3 crédits
Séminaires : humanités numériques, sciences humaines et sociales	EC				
Tutorat de professionnalisation	EC				
UE4 Langues	UE	23h	15h		3 crédits
Anglais : préparation au TOEIC	EC		15h		
Digital culture	EC	23h			
UE5 Pratiques professionnelles créatives	UE	23h			3 crédits

Media Training	EC				
Semaine créative	EC	23h			
UE6 Méthodes de recherche	UE	53h	21h		6 crédits
Méthodes de recherche	EC		21h		
Digital methods et visual studies : étudier les données numériques	EC	32h			
Accompagnement au mémoire de recherche	EC	21h			

Semestre 4

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE1 Apprentissage ou Stage de 6 mois alterné	UE		1h		30 crédits
Apprentissage ou stage 6 mois alterné	EC				
Mémoire et soutenance	EC		1h		

UE = Unité d'enseignement

EC = Élément Constitutif