

Parcours Stratégie numérique de communication

ECTS
120 crédits

Durée
2 ans

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

Langue(s) d'enseignement
Français

Présentation

Le Master Communication des organisations, parcours Stratégies Numériques de Communication, forme des professionnels capables de mobiliser les théories et méthodes des Sciences de l'information et de la communication et plus largement des Sciences humaines et sociales. Il s'agit d'apprendre à analyser les pratiques communicationnelles en contexte numérique, afin de concevoir et d'accompagner la mise en œuvre de stratégies innovantes. Cette expertise se base sur l'acquisition d'une solide culture numérique. L'objectif est de maîtriser les enjeux sociaux, politiques et économiques des outils numériques. Par exemple, l'usage des intelligences artificielles, la modération et recommandation algorithmique sur les médias sociaux, les stratégies et l'analyse des économies du numérique, la prise en compte du RGPD, de la protection de la vie privée et des données personnelles.

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° et à la production de contenus. Plusieurs activités voisines sont également abordées, comme le design de service, la médiation scientifique, la conception de podcasts, le journalisme d'enquête, ou encore le plaidoyer pour la justice sociale et climatique.

L'année de M2 est réalisée en alternance : l'activité professionnelle en entreprise s'accompagne de tutorats de

professionnalisation. Des enseignements sont dispensés en parallèle en communication, notamment en analyse des stratégies de communication numérique, en management de la communication, en pratiques de communication responsable et en média training. Des cours de méthodes d'analyse des données et des pratiques numériques viennent en appui à la réalisation sur l'année d'un mémoire individuel de sensibilisation à la recherche. Enfin des cours de langue préparent au passage du TOEIC et contribuent à approfondir les thématiques d'actualités liées aux technologies numériques.

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)

De fortes interactions avec les réseaux professionnels en communication de la Vienne.

Organisation

Ouvert en alternance

Type de contrat : Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation.

uniquement en M2

Stages

Stage : Obligatoire

Durée du stage : Master 1 : 10 semaines minimum

Stage à l'étranger : Possible

Durée du stage à l'étranger : en M1 uniquement : 10 semaines minimum

Stage Master 1 : avril jusqu'au 31 août (maximum)

Stages

Admission

Conditions d'admission

En Master 1 :

L3 prioritairement en sciences de l'information et de la communication, en sciences humaines et sociales, en lettres et langues ou en sciences économiques et de gestion, avec une bonne maîtrise de l'anglais et, soit des outils de PAO, de traitement des données ou de création de sites web 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 qui ?

En Master 1 :

L3 prioritairement en sciences de l'information et de la communication, en sciences humaines et sociales, en lettres et langues ou en sciences économiques et de gestion, avec une bonne maîtrise de l'anglais et, soit des outils de PAO, de traitement des données ou de création de sites web 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.

Et après

Insertion professionnelle

Type d'emplois accessibles :

- Consultant-e en communication
- Community manager
- Planner stratégique
- Chargé-e de communication
- Chargé-e de plaidoyer
- Chargé-e de communication RSE
- Chargé-e d'études innovation & numérique
- Chargé-e de relations publiques
- Attaché-e de presse
- Chef-fe de projet communication digitale
- Responsable de communication
- Chargé-e de communication numérique
- Chargé-e de communication événementielle

Infos pratiques

Autres contacts

Master 1 : Mme Marion COVILLE

Master 2 : M. Bruno VETEL

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

Laboratoire(s) partenaire(s)

CEREGE
<https://cerège.iae.univ-poitiers.fr/>

Lieu(x)

Poitiers-Centre Ville

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 dans une perspective professionnelle. La formation se compose de deux semestres.

En Master 2, la formation est proposée uniquement en alternance.

Elle 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'ancrage terrain.

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

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	15h		6 crédits
Techniques d'enquête et digital methods	EC	21h			
Théories de l'information et de la communication numériques	EC	15h			
Analyses de trafic et mesures du web	EC		15h		
UE3 Langues	UE		20h		3 crédits
Anglais	EC		20h		
UE4 Stage	UE	6h	8h		15 crédits
Méthodes de stage et veille métier	EC		8h		
Intelligence artificielle, deep learning, data science : actualité des sciences du numérique	EC	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