

<b>Master Information Communication</b>													
<b>Parcours Communication des organisations, Informations, Médias et Numériques</b>													
<b>Communication de marque</b>													
<b>Master 1 Communication de marque</b>													
<b>M1S1</b>							<b>M1S2</b>						
<b>BCC 1 Maitriser les connaissances et les outils numériques</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>M3C</b>	<b>Détail</b>	<b>BCC 1 Maitriser les connaissances et les outils numériques</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>M3C</b>	<b>Detail</b>
<b>UE 1 : Connaitre les environnements numériques (I)</b>	<b>6</b>						<b>UE 1 : Connaitre les environnements numériques (II)</b>	<b>4</b>					
Communication et marketing		21	21		60%	CT	Connaissance de l'écosystème numérique		21	21		75%	CT
Pratique d'écriture et design éditorial		18		18	40%	ECl	Développement durable et Numérique		9	9		25%	CCP
<b>UE 2 : Maitriser les outils numériques (I)</b>	<b>3</b>						<b>UE 2 : Maitriser les outils numériques (II)</b>	<b>3</b>					
Outils de publication numérique		18		18	100%	CCP	<b>Ateliers de spécialisation en communication</b>		18		18	100%	CCP
							COM MARQUE: Communication & marketing d'influence						
<b>BCC 2: Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>M3C</b>	<b>Détail</b>	<b>BCC 2: Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>M3C</b>	<b>Detail</b>
<b>UE 3 : Mobiliser les fondamentaux de l'information-communication (I)</b>	<b>6</b>						<b>UE 3 : Mobiliser les fondamentaux de l'information-communication (II)</b>	<b>3</b>					
Théories de l'information-communication (I) : approche historique		21	21		50%	CCP	Théories de l'information-communication (II)		21	21		100%	CT
Communication des organisations et environnements médiatiques		21	21		50%	CCP	<b>UE 4 : S'approprier les méthodes de la recherche</b>	<b>4</b>					
							Méthodologie de la recherche en SHS		<b>12</b>	<b>12</b>		non noté	
							Méthodologie de la recherche en SHS		<b>18</b>		18	50%	CCP
							Veille Informationnelle		10		10	50%	ECl
<b>UE 4 : Développer une spécialité (I)</b>	<b>3</b>						<b>UE 5 : Développer une spécialité (II)</b>	<b>3</b>					
<b>Ateliers de spécialisation en communication</b>		18		18	100%		<b>Ateliers de spécialisation en communication</b>		18		18	100%	CT
COM MARQUE: Stratégies des Médias sociaux						CCP	COM MARQUE: Nouvelles tendances digitales (IA, Métavers)						
<b>BCC 3: Contribuer à la transformation en contexte professionnel</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>M3C</b>	<b>Détail</b>	<b>BCC 3: Contribuer à la transformation en contexte professionnel</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>M3C</b>	<b>Detail</b>
<b>UE 5 : Se situer dans l'environnement économique, juridique et général</b>	<b>4</b>						<b>UE 6 : Se situer dans l'environnement économique, juridique et général</b>	<b>6</b>					
Droit de l'information et de la communication		15	15		50%	CT	Economie de l'entreprise et des organisations		21	21		50%	CT
Gestion de projets en communication		15		15	50%	CCP	Communication publique et d'intérêt général		21	21		50%	CCP
<b>UE 6 : Maîtriser les compétences en communication, pour l'insertion professionnelle</b>	<b>8</b>						<b>UE 7 : Maîtriser les compétences en communication, pour l'insertion professionnelle</b>	<b>7</b>					
English for Communication		24		24	50%	CCP	English for Communication		24		24	50%	CCP
Prise de parole en public / Public speaking		15		15	37.5%	CCP	Média training / Media training		18		18	37.5%	CCP
<b>Atelier d'aide à la primo-insertion professionnelle</b>		<b>10</b>		<b>10</b>	12.5%	CCP	<b>Atelier d'aide à la primo-insertion professionnelle</b>		<b>10</b>		<b>10</b>	12.5%	CCP

<b>Master Information Communication</b>						
<b>Parcours Communication des organisations, Informations, Médias et Numériques</b>						
<b>Communication de marque</b>						
<b>Master 2 Communication de marque</b>						
<b>M2S3</b>						
<b>BCC 1 Maitriser les connaissances et les outils numériques</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>M3C</b>	<b>Détail</b>
<b>UE 1 : Connaitre les enjeux du lobbying pour l'information et la communication</b>	<b>3</b>					
<b>Lobbying</b>		21	21		100%	CT
<b>UE 2 : Acquérir une spécialité en lien avec le numérique</b>	<b>5</b>					
<b>Sustainable Development &amp; CSR</b>		12	12		40%	CT
<b>Ateliers de spécialisation en communication</b>		21		21	60%	CCP
COM MARQUE : Stratégie de marketing digital						
<b>BCC 2: Mobiliser et produire des savoirs hautement spécialisés</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>M3C</b>	<b>Détail</b>
<b>UE 3 : Acquérir les connaissances et compétences hautement spécialisées</b>	<b>3</b>					
<b>Communication et influences</b>		21	21		100%	CT
<b>UE 4 : Développer une spécialité (I)</b>	<b>3</b>					
<b>Ateliers de spécialisation en communication</b>		21			100%	CT
COM MARQUE : Création de contenus de marque (audio)						
<b>UE 5 : S'approprier les méthodes de la recherche</b>	<b>3</b>					
<b>English for research purposes</b>		8		8	25%	CT
<b>TOEIC</b>		4		4	non noté	
<b>Méthodologie du mémoire de fin d'études</b>		6		6	75%	CT
<b>BCC 3: Contribuer à la transformation en contexte professionnel</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>		
<b>UE 6 : Connaitre les enjeux sociétaux pour l'information-communication</b>	<b>7</b>					
<b>Communication de crise et controverses</b>		21	21		50%	CCP
<b>Data &amp; Society</b>		21	21		50%	CT
<b>UE 7 : Développer une spécialité (II)</b>	<b>3</b>					
<b>Ateliers de spécialisation en communication</b>		21			100%	CT
COM MARQUE : Création de contenus de marque (vidéo)						
<b>UE 8 : Maîtriser les compétences en communication, pour l'insertion professionnelle</b>	<b>3</b>					
<b>Job hunting in English</b>		12		12	75%	CCP
<b>Atelier d'aide à la primo-insertion professionnelle</b>		10		10	25%	CCP

<b>M2S4</b>						
<b>BCC 1: Contribuer à la transformation en contexte professionnel</b>	<b>ECTS</b>	<b>Présentiel</b>	<b>CM</b>	<b>TD</b>	<b>M3C</b>	<b>Detail</b>
<b>UE1 : Mémoire de fin d'études</b>	<b>12</b>			<b>150</b>	<b>100%</b>	<b>CCP</b>
<b>UE2 : Mise en situation d'activité professionnelle</b>	<b>18</b>					<b>CT</b>
<b>Stage et rapport de stage</b>						