

MASTER Information, communication

Parcours type : Communication événementielle et médias numériques (CoMed)

Responsables	Descriptions	Informations
Benoit D AIGUILLON benoit.daiguillon@univ-amu.fr	Type de diplôme : Master	Droits d'inscription : 243 € (formation initiale en 2018/2019)
Marie Pierre FOURQUET COURBET marie-pierre.fourquet@univ-amu.fr	Domaines : Droit, Économie, Gestion - Sciences humaines et sociales	http://formations.univ-amu.fr
	Nombre de crédits : 120	Composante : École de Journalisme et de Communication d'Aix-Marseille

OBJECTIFS

Dans le parcours Communication événementielle et médias numériques (CoMed), les étudiants sont formés à la conception et la réalisation de stratégies de communication externe, interne et de crise de l'organisation, selon ses différents objectifs de communication et en particulier, la gestion de l'identité, image et réputation (notamment numériques) de marque. Au sein d'une stratégie de communication globale (médias, hors-médias et numérique), les étudiants pourront se spécialiser dans l'un ou l'autre des deux domaines suivants avec des enseignements dédiés :

- la communication événementielle : Communication événementielle, Communication web, relations publiques et relations presse, Chaîne graphique et contenus audiovisuels, Communication de crise
- les médias numériques : Marketing des médias sociaux, Community management, Création et gestion de contenus /brand content, Publicité sur Internet, Web Marketing

COMPÉTENCES VISÉES

Dans le parcours Communication événementielle et médias numériques (CoMed), les étudiants pourront développer des compétences dédiées dans :

- La communication événementielle (Option A) : création d'événements / gestion de la communication événementielle et des (e)-relations publiques/presse (responsable communication événementielle, RP, e-RP...)
- Les médias numériques (Option B) : création et gestion de contenus numériques de marques notamment via les médias sociaux et la publicité numérique (community manager, administrateur de réseaux sociaux, chargé de communication web, digital brand manager, concepteur-rédacteur de contenus en ligne...).

RÉGIMES D'INSCRIPTION

- Formation initiale
- Formation continue

PRÉ-REQUIS OBLIGATOIRES

Licence 3 Information-Communication ou domaine équivalent.

PRÉ-REQUIS RECOMMANDÉS

Bonne culture générale. Parfaite maîtrise de l'écrit. Pratique de l'anglais. Appétence pour la communication, les médias, le numérique

STAGES ET PROJETS ENCADRÉS

L'inscription dans un contexte professionnel aura lieu au semestre 3

dans le cadre de Projets professionnel tutorés Ecole-Entreprise. La mise en situation d'activités professionnelles aura lieu au semestre 4 au travers d'un stage de longue durée (analysé dans un rapport de stage). Stage de cinq mois possible en fin de première année et stage de six mois possible en fin de deuxième année, dont 8 semaines de stage obligatoire

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Le parcours Communication événementielle et médias numériques (CoMed) est dispensé sur le site de Marseille de l'EJCAM. La part des enseignements relevant du tronc commun du Master représente 45 % du total, contre 55 % pour les enseignements spécialisés. Dans la spécialité CoMed, 80% des enseignements sont disciplinaires et relèvent des Sciences de l'Information et de la Communication ; 20 % concernent des compétences transverses.

FORMATION ET RECHERCHE

La formation articule enseignements fondamentaux et professionnels, avec une montée en charge progressive des enseignements à visée professionnelle. Le dernier semestre comporte un stage obligatoire de 8 semaines, avec la possibilité de faire un stage de 6 mois. Concernant l'articulation avec la recherche, les enseignements fondamentaux sont assurés par les enseignants-chercheurs de l'IMSIC, le laboratoire associé à l'EJCAM.

COMMUNICATION ÉVÉNEMENTIELLE - COMED OPTION A

MASTER 1

Semestre 1

- Mobiliser les fondamentaux en information-communication S1 (12 cr)
 - Théories de l'information-communication S1
 - Communication et marketing
 - Communication des organisations et environnements médiatiques
 - Transformations de l'écosystème informationnel : enjeux sociétaux et politiques
- Savoir communiquer, mobiliser les outils et stratégies de communication S1 (9 cr)
 - Anglais de la communication S1
 - Gestion de projets en communication S1
 - Pratique d'écriture et design éditorial
- Interpréter, expérimenter et agir en situation de communication (6 cr)
 - Méthodologie de la communication S1
 - Communication événementielle
- Se situer dans l'environnement juridique et économique (3 cr)
 - Droit de la communication et de l'information

Semestre 2

- Mobiliser les fondamentaux en information-communication S2 (9 cr)
 - Théories de l'information-communication S2
 - Communication publique
 - Connaissance de l'écosystème numérique
- Savoir communiquer, mobiliser les outils de la communication S2 (9 cr)
 - Anglais de la communication S2
 - Gestion de projet en communication S2
 - Veille informationnelle
- Comprendre les terrains de la communication, leurs acteurs et leurs pratiques (6 cr)
 - Méthodologie de la communication S2
 - Communication, web, relations publiques et relations presse (1)
- Se situer dans l'environnement juridique et économique et mobiliser les outils d'aide à l'insertion professionnelle (6 cr)
 - Economie de l'entreprise et des organisations
 - Atelier d'aide à la primo-insertion professionnelle (stage en option)

MASTER 2

Semestre 3

- Mobiliser les fondamentaux en information-communication S3 (6 cr)
 - Communication d'influence et lobbying
 - Communication des organisations, stratégie et innovation
- Se spécialiser sur les enjeux communicationnels de la révolution numérique (9 cr)
 - Communication web, relations publiques et relations presse (2)
 - Chaîne graphique et contenus audio-visuels
- Savoir communiquer, mobiliser les outils de la communication S3 (9 cr)
 - Anglais de la communication S3
 - Média training
 - Outils de publication numérique
- Enquêter, traiter et analyser des données en situation de communication (3 cr)
 - Méthodologie du mémoire de fin d'études
 - Communication de crise
- S'inscrire dans un contexte professionnel (3 cr)
 - Projet professionnel tutoré "Ecole-Entreprise"

Semestre 4

- Mémoire de fin d'études (14 cr)
- Méthodologie de la recherche et du mémoire professionnel (4 cr)
- Stage et rapport de stage / mise en situation d'activité professionnelle (12 cr)

MÉDIAS NUMÉRIQUES - COMED OPTION B

MASTER 1

Semestre 1

- Mobiliser les fondamentaux en information-communication S1 (12 cr)
 - Théories de l'information-communication S1
 - Communication et marketing
 - Communication des organisations et environnements médiatiques
 - Transformations de l'écosystème informationnel : enjeux sociétaux et politiques
- Savoir communiquer, mobiliser les outils et stratégies de

- communication S1-B (9 cr)
 - Anglais de la communication S1-B
 - Gestion de projets en communication S1-B
 - Pratique d'écriture et design éditorial B
- Interpréter, expérimenter et agir en situation de communication (6 cr)
 - Méthodologie de la communication S1
 - Marketing des médias sociaux
- Se situer dans l'environnement juridique et économique (3 cr)
 - Droit de la communication et de l'information

Semestre 2

- Mobiliser les fondamentaux en information-communication S2 (9 cr)
 - Théories de l'information-communication S2
 - Communication publique
 - Connaissance de l'écosystème numérique
- Savoir communiquer, mobiliser les outils de la communication S2-B (9 cr)
 - Anglais de la communication S2-B
 - Gestion de projet en communication S2-B
 - Veille informationnelle B
- Comprendre les terrains de la communication, leurs acteurs et leurs pratiques (6 cr)
 - Méthodologie de la communication S2
 - Community Management
- Se situer dans l'environnement juridique et économique et mobiliser les outils d'aide à l'insertion professionnelle (6 cr)
 - Economie de l'entreprise et des organisations
 - Atelier d'aide à la primo-insertion professionnelle (stage en option)

MASTER 2

Semestre 3

- Mobiliser les fondamentaux en information-communication S3 (6 cr)
 - Communication d'influence et lobbying
 - Communication des organisations, stratégie et innovation
- Se spécialiser sur les enjeux communicationnels de la révolution numérique (9 cr)
 - Création de contenus de marques
 - Publicité sur internet
- Savoir communiquer, mobiliser les outils de la communication S3 (9 cr)
 - Anglais de la communication S3
 - Média training
 - Outils de publication numérique
- Enquêter, traiter et analyser des données en situation de communication (3 cr)
 - Méthodologie du mémoire de fin d'études
 - Web marketing
- S'inscrire dans un contexte professionnel (3 cr)
 - Projet professionnel tutoré "Ecole-Entreprise"

Semestre 4

- Mémoire de fin d'études (14 cr)
- Méthodologie de la recherche et du mémoire professionnel (4 cr)
- Stage et rapport de stage / mise en situation d'activité professionnelle (12 cr)

CONTACTS ORIENTATION

Visitez les sites :

- suiv.uiv-amu.fr/contact
- formations.uiv-amu.fr

