

# Master 1 Information - communication

## Parcours communication d'entreprise

### SEMESTRE 7

#### Unités d'enseignement de tronc commun (15 crédits - 120h)

##### UE 1 - Sciences de l'information et de la communication (6 crédits - 48h)

- **Théories des sciences de l'information-communication (3 crédits - 24h)**  
Le cours présente les courants fondateurs des sciences de l'information et de la communication, et aborde l'évolution des théories et paradigmes liés à la communication. L'objectif du cours est double : d'abord, à travers l'examen des différents courants théoriques qui le composent, comprendre comment le champ scientifique des sciences de l'information et de la communication s'est construit ; ensuite, observer comment le regard que portent les SIC sur les pratiques professionnelles de la communication peut contribuer à mieux en comprendre le fonctionnement réel.
- **Connaissances des médias et nouveaux médias (3 crédits - 24h)**  
Le cours présente les enjeux et problématiques info-communicationnels dans le champ des médias et des nouveaux médias. Il s'agit ainsi :
  - de définir les médias, de comprendre leur rôle social et les processus de médiatisation sur le temps long,
  - de présenter les différentes approches permettant d'analyser les médias dans leurs différentes dimensions (socio-économiques, socio-politiques, socio-discursives) ;
  - d'approfondir la question des écritures médiatiques (genres différenciés et information journalistique), tant du point de vue de leur production que de leur consommation par les publics ;
  - d'interroger des notions telles que la construction des problèmes publics et des événements, l'impact annoncé des médias...

##### UE 2 - Méthodologies d'enquête en SHS (6 crédits - 48h)

- **Méthodes quantitatives (3 crédits - 24h)**  
Ce cours prépare aux méthodes d'analyse quantitative de données : choisir un terrain pertinent et adapté à une problématique, rédiger des questionnaires, les administrer, les traiter, les exploiter et interpréter des données. La maîtrise de ces méthodes est une compétence professionnelle indispensable autant dans les organisations privées et publiques qu'en recherche.
- **Méthodes qualitatives : entretiens et observation (3 crédits - 24h)**  
Ce cours initie les étudiants à deux méthodes d'analyse qualitative : la méthode d'observation (directe ou participante) et la méthode d'entretien. Les étudiants réalisent une enquête de terrain ciblée avec la rédaction préalable de grilles (d'observation et d'entretien), transcription éventuelle et présentation des résultats. Ces méthodes permettent de comprendre les pratiques et les logiques d'acteurs.

##### UE 3 - Langue de spécialité (3 crédits - 24h)

- **Anglais spécialisé (3 crédits - 24h)**  
L'objectif du cours qui se déroule sur trois semestres est d'initier les étudiants à l'anglais spécialisé en information-communication et à l'anglais professionnel. La progression est variable selon les parcours et les niveaux des étudiants. Apprendre à se présenter en anglais, rédiger des documents professionnels (CV, lettre de motivation) ; maîtriser la rédaction de quelques documents professionnels (mails, comptes rendus) présenter un brief client (oral et écrit) ; lire des articles de revues spécialisées en information-communication, recueillir une terminologie, apprendre à rédiger un résumé, extraire des mots-clés, comprendre un cours en ligne (Mooc) ou une conférence en information-communication, se former à la prise de notes.

#### Objectif

Former les futurs cadres de la fonction communication dans les entreprises, les collectivités publiques et les agences de communication. La formation permet d'acquérir une bonne connaissance des mécanismes de la communication et des conditions de leur fonctionnement dans les organisations. Elle fournit les outils conceptuels et pratiques qui sont nécessaires pour élaborer des stratégies, les transposer dans des plans de communication et les décliner en outils opérationnels

#### Débouchés

Responsable de communication interne ou externe, chargé de relations publiques, chef de publicité, consultant

## Unités d'enseignement de spécialité (9 crédits - 72h)

### UE 4 - Communication d'entreprise (9 crédits - 72h)

- **Stratégie et outils de la communication d'entreprise (3 crédits - 24 h)**  
A partir d'exemples concrets, ce cours présente le cheminement de toute conduite cohérente de projet de communication, depuis l'analyse de l'entreprise (son environnement et sa stratégie) jusqu'à la conception d'un plan de communication et la mise en œuvre des outils qui permettront d'atteindre ces objectifs.
- **Conception et design de communication (3 crédits - 24 h)**  
L'enseignement s'appuie sur des expérimentations et manipulations fondées sur des contenus de design de communication. Les trois objectifs principaux sont l'identification et la compréhension des constituants du design de communication (typographie, image, composition et leurs inter-relations), l'initiation ou la découverte des logiciels qui interviennent dans leur réalisation et la connaissance des contraintes techniques liées à la production.  
Ce module ne conduit pas à une maîtrise des savoir-faire propre à l'activité du designer graphique ou de réalisateur en PAO, il permet d'intégrer les règles et les pratiques afin de mieux connaître les champs d'intervention du graphiste ou du designer graphique, de pouvoir dialoguer avec ces professionnels et de conduire un projet de design de communication de manière optimale.
- **Critique de la communication d'entreprise (3 crédits - 24 h)**  
La communication d'entreprise suit des tendances et s'inscrit dans un contexte socio-économique que doivent savoir appréhender de futurs experts en communication. Le cours a pour ambition de faire comprendre aux étudiants les enjeux actuels de la communication d'entreprise et ses limites en termes de management ou de communication externe, à travers entre autres des illustrations (textes, vidéos). Cette première approche sera renforcée et élargie dans le cours « organisations et communication » au semestre 8.

## Unités d'enseignement d'ouverture (6 crédits - 48h)

### UE 5 - Audit de projet (6 crédits - 48h)

- **Diagnostic d'entreprise (3 crédits - 24h)**  
En vue des études de cas prévus dans la suite du cursus, ce cours a pour objectif de permettre aux étudiants d'acquérir les bases méthodologiques pour réaliser un audit des forces et faiblesses d'une entreprise en interne et sur son marché. Ce cours sera renforcé par celui de stratégie d'entreprise au semestre 9.
- **Sémiotique des organisations (3 crédits - 24h)**  
Evaluer la pertinence d'une stratégie d'entreprise est indissociable d'une capacité à analyser son identité visuelle et les différents « produits » de communication qu'elle diffuse. Ce cours a donc pour objectif, en complément de celui de « graphisme », d'appréhender les différentes approches et notions indispensables en sémiotique.

## SEMESTRE 8

## Unités d'enseignement de tronc commun (12 crédits - 96h)

### UE 1 - Sciences de l'information et de la communication (6 crédits - 48h)

- **Organisations et communication (3 crédits - 24h)**  
Ce cours a pour objectif d'aborder l'évolution et les enjeux actuels de la communication des organisations en interne et en externe. Il fournit aux étudiants les bases de la sociologie des organisations, aborde les problématiques liées à l'image de l'entreprise et au management mais également les spécificités de la communication des autres organisations (associations, institutions publiques, collectivités territoriales, etc.). Enfin, il traite la question du lien entre la communication des organisations et l'espace public.
- **Stratégie de communication (3 crédits - 24h)**  
Ce cours aborde les principales méthodes et les outils d'analyse stratégique pour concevoir un plan d'action et des supports de communication. Il s'agit d'aborder la chaîne décisionnelle, depuis l'amont jusqu'à l'aval du processus stratégique : définition du sens et de la vision stratégique, phase d'un diagnostic interne et externe, mise en place d'indicateurs de performance.

### UE 2 - Méthodologies d'analyse (3 crédits - 24h)

- **Analyse de l'image et analyse de contenu (3 crédits - 24h)**  
Ce cours permet d'une part d'appliquer les méthodes de l'analyse socio-sémiotique des images en lien avec une problématique de communication. Il propose d'autre part d'acquérir les compétences nécessaires à la collecte d'un corpus et à sa documentation, à l'élaboration d'un système de catégories, à sa codification et à son interprétation ainsi qu'à la mise en forme des résultats.

### UE 3 - Langue de spécialité (3 crédits - 24h)

- **Anglais spécialisé (3 crédits - 24h)**  
L'objectif du cours qui se déroule sur trois semestres est d'initier les étudiants à l'anglais spécialisé en information-communication et à l'anglais professionnel. La progression est variable selon les parcours et les niveaux des étudiants. Apprendre à se présenter en anglais, rédiger des documents professionnels (CV, lettre de motivation) ; maîtriser la rédaction de quelques documents professionnels (mails, comptes rendus) présenter un brief client (oral et écrit) ; lire des articles de revues spécialisées en information-communication, recueillir une terminologie, apprendre à rédiger un résumé, extraire des mots-clés, comprendre un cours en ligne (Mooc) ou une conférence en information-communication, se former à la prise de notes.

### Unités d'enseignement de spécialité (6 crédits - 48h)

#### UE 4 - Marketing, communication et publics cibles (6 crédits - 48h)

- **Marketing (3 crédits - 24h)**  
Très illustré d'exemples et de cas concrets, ce cours offre une approche des principaux concepts et initie aux différentes variables qui sous-tendent la démarche marketing : étude de marché, outils d'analyse et moyens d'action pour construire un plan marketing. Il vise avant la compréhension du mix marketing avant d'en étudier chacune de ses composantes. Les dimensions BtoC et BtoB, les stratégies 2.0 et le marketing des services font l'objet d'une approche spécifique.
- **Ressources humaines et communication interne (3 crédits - 24h)**  
Il s'agit dans ce cours de comprendre la communication à l'intérieur des entreprises et d'en éclairer le fonctionnement à l'aide des sciences sociales (la socio-dynamique par exemple). C'est à travers la problématique majeure du changement organisationnel que sont ensuite évoqués les objectifs de la communication managériale, le rôle des managers, la nécessité de faire face aux phénomènes de résistance et de comprendre la place qui revient à la communication pour mener à bien un dispositif de transformation.

### Unités d'enseignement d'ouverture (12 crédits - 78h)

#### UE 5 - Etude de cas (6 crédits - 72h)

- **Initiation à la pratique de communiquer (3 crédits - 24h)**  
Ce cours a pour objectif de mettre en pratique le cours d'audit du semestre 7, en réalisant une étude de cas avec ou sans commanditaire exigeant une analyse en vue d'un diagnostic (interne ou externe). Les étudiants devront mobiliser les techniques d'enquête étudiées aux semestres 7 et 8 pour produire des résultats sur lesquels fonder leurs recommandations en termes de stratégie. Cette initiation les préparera à mieux aborder leur étude de cas au semestre 9 et, en lien avec les ateliers de production, les actions à envisager dans le cadre d'un plan de communication.
- **Ateliers de production (3 crédits - 48h)**  
Ces ateliers ont pour objectif de présenter d'abord les deux grands volets des relations publiques (relations presses et communication événementielle). Il sera complété par un atelier d'écritures web et print, ayant pour objectif de permettre à l'étudiant de maîtriser les codes spécifiques des écrits en communication, sur différents supports  
- Relations presse : sur quelles activités reposent-elles et comment gère-t-on les contraintes d'une profession qui se situe à l'intersection de l'information et de la communication, des journalistes et des dircoms ? (16 heures)  
- Communication événementielle : quelles compétences suppose-t-elle ? Notamment en matière d'organisation et de logistique, mais aussi comment un événement peut-il à sa manière réussir à toucher une cible et transmettre un message ? (16 heures)  
- Ecritures web et print : la communication d'entreprise demande des qualités rédactionnelles que l'étudiant doit maîtriser. Si la démarche de communication est identique, la nature des supports implique des contraintes spécifiques en termes d'espace scripturaire, de style, de mise en page, etc.

#### UE 6 - Stage (6 crédits - 6 h)

- **Méthodologie du stage (6 h)**  
Cet atelier prépare les étudiants à la recherche de stage : révision des CV et lettres de motivation, accompagnement à la prospection, préparation à l'entretien, à la rédaction du rapport, etc.
- **Stage court (6 crédits - 8 semaines)**  
Cette première immersion en entreprise est l'occasion pour l'étudiant de découvrir le monde professionnel (en agence ou dans un service intégré). Le rapport de stage devra rendre compte des tâches accomplies et de l'application des notions vues en cours.



#### RESPONSABLE

#### Formation initiale

Jean-Philippe

De Oliveira

Bureau 217

Tél. : 04 56 52 87 11

Jean-Philippe.De-

Oliveira@univ-grenoble-  
alpes.fr

#### SECRETARIAT

Régine Rota

Bureau 120

Tél. : 04 56 52 87 46

Regine.Rota@univ-  
grenoble-alpes.fr