

Master 2 Information - communication

Parcours communication d'entreprise

SEMESTRE 9

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

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

- **Technologies numériques (3 crédits - 24h)**
Cet enseignement présente les caractéristiques du web collaboratif. Les principes de fonctionnement et des exemples d'usages pour chaque type de services sont analysés : plateformes d'expression, services de partage et de gestion de contenu, web-services et outils collaboratifs. Sont abordés également les référencements de sites et de vidéos et la construction de formes d'identité numérique institutionnelle.
- **Approches critiques de l'information-communication : lecture d'auteurs (3 crédits - 24h)**
Ce cours a pour objectif de connaître des auteurs fondamentaux en sciences de l'information et de la communication et de conduire une réflexion argumentée autour de leurs travaux. 6 auteurs sont présentés par des enseignants-chercheurs, à raison de 4h par auteur.

UE 2 - Méthodologies de la recherche (3 crédits - 24h)

- **Recherche bibliographique et problématisation (3 crédits - 24h)**
Ce cours vise la rédaction d'une note de recherche et a pour objectif d'apprendre à construire et à traiter un sujet : choix d'un cadre théorique, formulation d'hypothèses de travail, élaboration d'une méthodologie et délimitation d'un terrain. Ce cours présente également les sources spécialisées (archives ouvertes, bases de données, outils de gestion bibliographique), leur sélection, leur évaluation et leur utilisation.

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 et se former à la prise de notes.

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

UE 4 - Communication des organisations (9 crédits - 72h)

- **Communication publicitaire (3 crédits - 24h)**
Même si aujourd'hui un même terme désigne aussi bien la promotion de bien de consommation (communication marketing) que celle d'institutions (communication corporate), la démarche publicitaire a sa propre finalité, sa propre culture visuelle, ses propres modes d'adaptation au marché, etc. Ce cours sensibilise à une telle posture.
- **Communication de crise (3 crédits - 24h)**
L'objectif est de donner des clés essentielles pour aborder, mettre en œuvre et évaluer une communication en situation de crise : identifier les signes avant-coureurs, mettre en place le dispositif adéquat préventivement et en situation (online et offline), savoir communiquer pendant la crise en identifiant les messages à valoriser auprès des médias.
- **Communication des institutions publiques (3 crédits - 24h)**
Orienté sur la présentation des enjeux de la communication publique territoriale, cet enseignement aborde les problématiques actuelles à travers les positionnements des différents acteurs, ainsi que les spécificités des outils et propose une approche analytique des stratégies de communication.

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 d'ouverture (9 crédits - 48, 72 ou 96h)

1 option au choix parmi 2

■ Option Réalisation de projet en communication d'entreprise

UE 5 - Réalisation de projet (9 crédits - 72 ou 96h)

- **Réalisation d'une étude commanditée (3 crédits - 48h)**
Les étudiants auront à répondre à la demande d'un commanditaire « réel » sur une problématique de communication. Ils seront encadrés par trois enseignants jusqu'à la finalisation de leur production et leur présentation à travers trois ateliers : marketing stratégique (16 heures), communication opérationnelle (16 heures) et graphisme (16 heures).
OU Création d'entreprise et plan d'affaires (3 crédits - 24h)
Les étudiants bénéficiant d'un statut d'« étudiant - entrepreneur » pourront choisir de suivre ce cours offert par la cellule « entrepreneuriat » pour les aider à monter et à pérenniser leur entreprise.
- **Ecrits d'entreprise (3 crédits - 24h)**
En lien avec l'étude de cas sur lequel devront travailler les étudiants, ce cours a pour objectif de favoriser leur créativité par rapport aux possibilités offertes par le web et les réseaux sociaux. Il se tiendra en parallèle et en complément du cours « technologies numériques ».
- **Marketing international (3 crédits - 24h)**
Le cours offre un perfectionnement des différents outils d'analyse appréhendés en 1^{ère} année de Master et, à travers l'étude de campagnes de communication internationales, s'interroge sur les règles, les usages et les contraintes qui naissent des différences culturelles des cibles. Il sera utile à tous les étudiants qui auront à traiter une problématique de communication internationale.

■ Option Recherche

UE 5 - Recherche en sciences de l'information et de la communication (9 crédits - 48h)

- **Approfondissement théorique en information-communication (3 crédits-24h)**
L'objectif de cet enseignement est d'acquérir des connaissances approfondies sur des notions-clés, au-delà des différences dans les thématiques et les terrains de recherche afin de positionner, dans le champ des sciences de l'information et de la communication, les travaux de recherche menés par la suite. Sont ainsi traitées : le lien entre information-documentation et communication, la question de la médiation, les différentes approches de la médiatisation, les modalités de construction des publics et la place des usagers/consommateurs, la production de sens au sein de différents dispositifs techniques.
- **Méthodologie de réalisation du mémoire (3 crédits - 24h)**
L'objectif de ce cours est de se préparer à une recherche réaliste pour les trois prochaines années dans le cas d'un projet de thèse. Il s'agit de mettre en oeuvre les principes et les séquences essentiels dans la réalisation d'un mémoire de recherche : définir un objet de recherche, formuler une problématique, mettre au point des hypothèses, choisir une méthodologie et des techniques de recherche, piloter un « test » de travaux d'enquête ou d'analyse à engager, mener une recherche documentaire et bibliographique exhaustive, réaliser une comparaison argumentée avec des travaux proches.
- **Stage court de recherche (3 crédits)**
L'objectif est de réaliser un stage de recherche de 8 semaines qui permette à la fois de connaître le fonctionnement d'un organisme de recherche (au sein d'une unité de recherche, d'un service d'une université, d'une entreprise, etc.) et de réaliser une mission en rapport avec le domaine de l'information-communication.

SEMESTRE 10

Unités d'enseignement de tronc commun ou d'ouverture (30 crédits – 6 ou 48h)

1 élément au choix parmi 2

UE 1 - Stage (30 crédits - 6h)

- **Stage long (France ou étranger) avec soutenance et mémoire (30 crédits - 6h)**
Le stage de fin d'études, de 6 mois minimum, se conclut par un mémoire professionnel comprenant un rapport de stage « classique » et une partie plus réflexive qui aborde une problématique générale liée à la communication des organisations. Les éléments méthodologiques seront donnés aux étudiants dans le cours de méthodologie du semestre 9. Un cours de méthodologie de stage (6h) prépare les étudiants à l'insertion professionnelle. Les stages font également l'objet d'un accompagnement individualisé par un tuteur de l'équipe pédagogique.



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

OU

UE 1 - Recherche en sciences de l'information et de la communication (30 crédits - 48h)

- **Communication, médias et champs sociaux : visioconférence (3 crédits - 24h)**
L'objectif de ce cours est de participer activement aux échanges nationaux et internationaux entre des étudiants et des professeurs de l'UQAM (Montréal), de l'université de Paris Nord, de l'université de Vincennes, de Lille3, de l'Université de Tananarive et de l'université Grenoble Alpes *via* un dispositif de visioconférence. Il s'agit ainsi d'avoir une approche approfondie et diversifiée de larges thématiques contemporaines présentées et discutées par les intervenants des diverses universités.
- **Communication internationale : Chaire Unesco (3 crédits - 24h)**
Dans ce séminaire de recherche assuré par le professeur invité de la Chaire Unesco, il s'agit de prendre connaissance des enjeux et des mutations du secteur de l'information et de la communication au niveau international (Europe, bassin méditerranéen, Amérique Latine, Afrique subsaharienne...).
- **Mémoire de recherche et soutenance (24 crédits)**
L'objectif est de réaliser un mémoire de recherche dans la perspective d'une poursuite en doctorat ou d'une insertion professionnelle dans le conseil et l'expertise en information-communication. La soutenance permet d'acquérir les compétences d'une présentation scientifique du travail de recherche.