

Master Information - communication

Parcours Communication et management à l'international (CMI) Diplôme national



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)

- **Sémiotique appliquée (3 crédits - 24h)**
Ce cours offre à la fois une introduction à la sémiotique (ses principaux courants et concepts) ainsi que des exercices où les étudiants apprennent à appliquer les règles de la méthode sémiologique à travers des analyses ou des réalisations de supports de communication.
- **Méthodes d'enquête de terrain (3 crédits - 24h)**
Parmi les compétences que doit maîtriser le communicant figure celle de l'enquête de terrain. Recueillir des opinions, observer des pratiques... lui permettent de comprendre les cibles auxquelles il s'adresse. Les méthodes d'enquête qu'il met alors en œuvre et qu'il adapte à sa problématique sont issues des sciences sociales. Le cours en fait une présentation approfondie et expose la manière de les utiliser.

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

- **Français des affaires (3 crédits - 24h)**
Déployé sur trois semestres, le cours vise à familiariser les étudiants avec la langue des affaires. L'objectif de ce premier cours est d'enrichir le vocabulaire spécialisé, tel qu'on le rencontre dans la presse professionnelle, dans les œuvres artistiques mettant en scène le travail, dans les entreprises elles-mêmes. Ce cours est aussi l'occasion de faciliter la prise de parole et d'acquérir une bonne aisance à l'oral (exposés, débats).

Unités d'enseignement de spécialité (11 crédits - 120h)

UE 4 - Option Communication et management à l'international (7 crédits - 72h)

- **Stratégie et outils de la communication d'entreprise (3 crédits - 24h)**
A partir d'exemples concrets, ce cours présente le cheminement de toute conduite cohérente de projet de communication, depuis l'analyse de l'environnement (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 les objectifs de communication.
- **Droit des affaires (2 crédits - 24h)**
Dans une démarche d'initiation et de synthèse, les séances portent sur : les définitions du droit (branches du droit, place du droit des affaires, sources du droit), sa méthodologie et des thématiques spécifiques : acteurs, biens et activités des entreprises.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Offrir la possibilité à des étudiants étrangers issus de pays non francophones d'accéder à un master qui combine exigence scientifique et efficacité professionnelle. Leur permettre d'y acquérir des compétences en communication et en gestion. Leur donner la capacité de mettre en œuvre ces disciplines dans un contexte international et dans des environnements de travail interculturels

DEBOUCHES

Chargé de communication, chargé de relations publiques, assistant marketing, consultant, négociateur, chargé de relations internationales, etc.

ILS SONT DEVENUS :

*-Interprète et acheteur
JS Sourcing
Shanghai
(promotion 2009)*

*-Group representative
Mar Grandioso
Conakry
(promotion 2009)*

*-Directrice-adjointe
Département Evènements et relations publiques
China Academy of culture LTD
Hong-Kong
(promotion 2009)*

*-Chargée des relations
chinois-français
Dongfeng Renault
Automobile Company
Wuhan
(promotion 2010)*

- **Sciences de gestion (2 crédits - 24h)**
Le cours a pour ambition de donner les repères essentiels à la compréhension de la gestion et du management des entreprises. Il permet aux étudiants d'en maîtriser le vocabulaire de base, les concepts fondateurs et les théories en usage.

UE 5 - Audit de projet (4 crédits - 48h)

- **Outils professionnels (2 crédits - 24h)**
Le cours a pour objectif de permettre aux étudiants d'acquérir les règles typographiques et de mise en page nécessaires à la bonne lisibilité d'un document. Ces savoirs seront mis en application grâce à l'utilisation des logiciels les plus couramment utilisés chez les professionnels de la communication.
- **Ecrits professionnels (2 crédits - 24h)**
Par une alternance d'apports théoriques et d'exercices d'application, le cours a pour objectif de permettre aux étudiants d'acquérir les règles d'écriture et de mise en page nécessaires à la bonne lisibilité d'un document professionnel.

Unités d'enseignement d'ouverture (4 crédits - 48h)

UE 6 - Pack international (4 crédits - 48h)

- **Renforcement Sciences de l'information et de la communication (2 crédits - 24 h)**
En raison de la nature fortement conceptuelle de l'UE1, le cours offre une reprise des deux enseignements qui la composent. Dans un format plus interactif que le cours magistral, l'enseignant répond aux questions que posent les étudiants, reformule les contenus théoriques et clarifie les notions mal assimilées.
- **Connaissance de l'entreprise et stratégie (2 crédits - 24 h)**
L'objectif du cours est de donner aux étudiants les éléments organisationnels et les logiques qui structurent les entreprises en France. Il s'agit également de les sensibiliser à la fonction communication aujourd'hui, dans une perspective historique et soulignant les nouveaux enjeux. Enfin, le cours proposera une initiation à la stratégie et au plan de communication.

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)

- **Français des affaires (3 crédits - 24h)**
Le cours a comme objectif de permettre aux étudiants de se familiariser avec les systèmes d'organisation du travail en France et aux habitudes langagières qui lui sont associées : les pratiques de travail, les langages professionnels, les cultures de métiers, etc. Il s'appuiera sur un certain nombre de visites et sur l'intervention de responsables d'entreprise, de syndicalistes ou de chargés de recrutement. Il sera pour les étudiants l'occasion de se préparer à la recherche de stage.

-Assistant manager en communication financière
China Huarong Energy Company
(Hong-Kong)
(promotion 2010)

-Professeur Différences culturelles
Seagull Institut Chicago
(promotion 2010)

-Marketing & communication coordinator
CEDRAT Lyon
(promotion 2011)

-Rédacteur en chef Quotidien du Peuple
(french.people.cn)
Beijing
(promotion 2011)

-Communications manager
Promounit Saint-Petersbourg
(promotion 2011)

-Directeur
Fengxing Europe Bourg la Reine
(promotion 2012)

-Chargée de communication
Agence Universitaire de la Francophonie (AUF)
Bureau Asie-Pacifique Hanoi
(promotion 2012)

-Assistante de direction
GLAM International Trade Le Bourget du Lac
(promotion 2012)

-Consultante médias sociaux
Agence digitale Acti Lyon
(promotion 2012)

-French Project Communication
Immobilier Yinglan Beijing
(promotion 2013)

-International Media Officer
CEIBS Shanghai
(promotion 2013)

-Google SEM French marketer
LightIn Thebox Lyon – Beijing
(promotion 2014)

-Directrice
ELEGASIA Grenoble
(promotion 2014)

Unités d'enseignement de spécialité (10 crédits - 120h)

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 du marché, outils d'analyse et moyens d'action pour construire un plan marketing. Il vise avant tout 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.

UE 5 - Etudes de cas (4 crédits - 72h)

- **Ateliers d'écriture web et print (2 crédits - 48h)**
Ces deux ateliers visent à familiariser les étudiants avec les spécificités de l'écriture professionnelle. Si la démarche de communication est identique, la nature des supports - *web* ou *print* - impose des contraintes spécifiques en termes d'espace scripturaire, de style, de mise en page, etc. D'où la nécessité d'en maîtriser les codes.
- **Relations presse et communication événementielle (2 crédits - 24h)**
Le cours présente les deux grands volets des relations publiques :
 - les 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 ?
 - la 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 ?

Unités d'enseignement d'ouverture (8 crédits - 54h - 8 semaines)

UE 6 - Pack international (4 crédits - 48h)

- **Renforcement des sciences de l'information et de la communication (2 crédits - 24h)**
Comme au premier semestre, ce cours permet de revenir sur les contenus des cours fondamentaux. Dans un format plus interactif que le cours magistral, l'enseignant répond aux questions que posent les étudiants, reformule les contenus théoriques et clarifie les notions mal assimilées.
- **Conception-réalisation des produits de communication (2 crédits - 24h)**
Cet atelier offre aux étudiants la possibilité de travailler en situation réelle sur des projets de communication : il s'agit d'abord de concevoir un produit (objectifs, cibles, message, moyens, etc.) puis de le réaliser pratiquement.

UE 7 - Stage (4 crédits - 6h - 8 semaines)

- **Méthodologie du stage (6h)**
Cet atelier prépare les étudiants à la recherche de stage : révision des CV et lettres de motivation, accompagnement à la recherche de stages, prises de rendez-vous, entretiens de sélection, préparation à la rédaction du rapport, etc.
- **Stage ou mémoire de recherche (4 crédits - 8 semaines)**
Les étudiants ont le choix entre mémoire de recherche et stage en entreprise. L'objectif du mémoire est de développer une problématique en communication et de rédiger un travail original. Ce travail est encadré par un tuteur. L'objectif du stage en entreprise est de sensibiliser l'étudiant aux conditions dans lesquelles le travail s'effectue dans une organisation professionnelle française : division du travail, modes de coopération encouragés, interactions, gestion des conflits, etc.

-Key Account Manager
TS - Tech Group
Beijing
(promotion 2014)

-Chargée de communication
globale R&D
Sanofi Paris
(promotion 2014)

-Conceptrice e-learning
BNP Paribas
Paris
(promotion 2015)

- Online marketing consultant
Global Digital Business
Madrid-Shanghai
(promotion 2015)

-Executive assistant
1618 Gallery
Shenzhen
(promotion 2015)

-Assistante du PDG, chargée
des relations avec son
partenaire français
Hunan Nibilai Nutrition Co.ltd
Changsha
(promotion 2015)

-Reporter
Phoenix TV
Paris
(promotion 2015)

-Chargée de mission
implantation Chine
Domus Vi
Suresne
(promotion 2015)

-Assistante communication
French Chamber of
commerce and industry in
China (CCIFC)
Beijing
(promotion 2015)

SEMESTRE 9

Unités d'enseignement de tronc commun (6 crédits - 48h)

UE 1 - Méthodologie (3 crédits - 24h)

- **Audit et diagnostic (3 crédits - 24h)**
Ce cours vise sensibiliser les étudiants à l'analyse des supports de communication, à la veille concurrentielle et aux techniques d'enquêtes en vue de produire des résultats dans le cadre d'un audit en entreprise. Qu'il s'agisse d'un audit d'image, de positionnement ou de communication, en interne ou en externe, le cours a pour objectif de donner les bases pour conduire un projet d'audit jusqu'aux préconisations.

UE 2 - Langue de spécialité (3 crédits - 24h)

- **Français des affaires (3 crédits - 24h)**
Le dernier volet de ce cours sera orienté vers les techniques de présentation orale : exposés, animation de réunion, synthèses, discours, improvisations, etc.

Unités d'enseignement de spécialité (15 crédits - 120h)

UE 3 - Communication des organisations (6 crédits - 48h)

- **Communication publicitaire (3 crédits - 24h)**
Même si aujourd'hui un même terme désigne aussi bien la promotion de biens 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 ici 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.

UE 4 - Communication à l'international (9 crédits - 72h)

- **Droit et économie à l'international (3 crédits - 24h)**
L'objectif de ce cours est de sensibiliser les futurs professionnels à la dimension interculturelle des milieux juridique et économique des organisations multinationales. Sont mis en lumière : d'une part les grands systèmes juridiques et les zones d'interaction entreprise et droit ; d'autre part la mondialisation croissante des firmes et des nations et les enjeux, portées et limites d'une économie ouverte et complexe.
- **Management interculturel (3 crédits - 24h)**
L'objectif de ce cours est de permettre aux étudiants de s'approprier les principales dimensions à prendre en compte dans un contexte professionnel interculturel, et d'acquérir les compétences nécessaires pour faire face aux situations le plus fréquemment rencontrées dans ce commerce entre cultures.
- **Marketing international (3 crédits - 24h)**
Le cours offre un perfectionnement des différents outils d'analyse appréhendés en 1^{re} 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.

Unités d'enseignement d'ouverture (9 crédits - 72h)

UE 5 - Pack international (6 crédits - 72h)

- **Renforcement méthodologie du stage (3 crédits - 24h)**
Ce cours de renforcement a pour objectif d'aider les étudiants dans leur recherche de stage long et les préparer activement à leur immersion dans l'entreprise, à partir des retours de leur première expérience au semestre 8.
- **Communication culturelle (3 crédits - 24h)**
Un musée, une salle de spectacle, un festival mettent en œuvre des communications spécifiques. Partagées entre communication publique et communication commerciale, ces institutions répondent à des attentes fortes et parfois contradictoires : enjeux éducatifs, exigence artistique, impératifs économiques.

CONDITIONS D'ACCES

Être titulaire d'une licence et d'un niveau B2 certifié en langue française,

Avoir satisfait aux épreuves de sélection, composées :
- d'une épreuve écrite d'1h30
- d'un entretien de motivation

COUT DE LA FORMATION

-Master 1 = 5.480 €

-Master 2 = 4.100 €

- **Gestion de projets et management des équipes (3 crédits - 24h)**
Dans les nouvelles formes d'organisation du travail, le « mode projet » est de plus en plus utilisé. Au-delà des dispositifs techniques et organisationnels, il suppose l'apprentissage de nouveaux rôles, de nouvelles responsabilités, de nouvelles formes de circulation et de gestion de l'information, etc. Ce cours offre un aperçu élargi de cette ingénierie socio-technique et managériale.

SEMESTRE 10

UE 1 - Stage (30 crédits)

- **Stage en entreprise ou mémoire de recherche (30 crédits - 3 mois)**
Les étudiants ont le choix entre la rédaction d'un mémoire de recherche et un stage en entreprise. L'objectif du mémoire est de développer une problématique en communication et de rédiger un travail original. L'objectif du stage en entreprise est de participer aux activités d'un service de communication et d'y conduire un ou plusieurs projets.



CONTACTS

Jean-Philippe DE OLIVEIRA

Responsable pédagogique

bureau 217

Tél. +33 (0)4 56 52 87 11

*Jean-philippe.de-oliveira@univ-
grenoble-alpes.fr*

Régine ROTA

Responsable administrative

bureau 120

Ouvert tous les jours sauf le

mercredi

Tél. +33 (0) 4 56 52 87 64

regine.ropa@univ-grenoble-alpes.fr