

Master 1 Information - communication

Parcours communication d'entreprise en alternance



SEMESTRE 7

Enseignements disciplinaires (15 crédits - 108h)

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

- **Théories des sciences de l'information-communication (2 crédits - 16h)**
Ce cours assure une remise à niveau sur les grands courants théoriques précurseurs et fondateurs des SIC ; les concepts clés ; les principaux auteurs. Il a pour objectif de développer une pensée réflexive, critique et constructive. Il permettra également d'acquérir le socle théorique de base pour appréhender les enjeux par grands domaines et secteurs socioprofessionnels qui seront appréhendés durant les deux années de formation.
- **Territoires et information - communication (2 crédits - 16h)**
Le cours propose une réflexion sur l'évolution de la notion de territoires dans la communication des acteurs de l'espace public (instances publiques, entreprises privées, corps intermédiaires, associations, diasporas, organisations terroristes et mafieuses...), à la faveur des bouleversements provoqués par la mondialisation croissante. À partir d'une lecture diachronique et synchronique, le cours procédera à une lecture critique de notions aujourd'hui anachroniques et cependant toujours mobilisées par les acteurs eux-mêmes, à l'origine de la confusion des savoirs : Est/Ouest et Nord/Sud, global/local, international/national, souveraineté nationale/soft power, identité/interstitialité, diversité culturelle/exception culturelle...
- **Enjeux des médiations professionnelles (2 crédits - 16h)**
Ce cours aborde les enjeux pratiques et théoriques de la médiation dans les champs de la culture et de la culture scientifique. A partir de pratiques sociales centrées autour de la question des publics et de la transmission, il aborde le rôle que jouent les institutions culturelles dans la circulation des représentations et des contenus aussi bien culturels que scientifiques, et quelles sont les caractéristiques de ces stratégies d'acteurs.

UE 2 - Méthodologies en information-communication (6 crédits - 40h)

- **Méthodes quantitatives (3 crédits - 20h)**
Les participants devront concevoir, planifier et mener une petite étude quantitative :
 - constitution ou choix et exploration d'un jeu de données ;
 - élaboration d'une problématique et du plan d'analyse statistique ;
 - réalisation et interprétation d'analyses (recodages, tris à plat, tris croisés, indicateurs simples et conditionnels, analyses multivariées) ;
 - dans le cas de données de sondage, choix et mise en œuvre de procédures d'extrapolation (redressement ou pondération, intervalles de confiance, tests) ;
 - approfondissement des analyses, sélection, articulation et mise en forme ;
 - conception-réalisation d'un support de communication pour transmettre à une cible identifiée les résultats essentiels en rapport avec la problématique.
- **Méthodes qualitatives : entretiens et observation (3 crédits - 2h)**
Ce cours s'intéresse aux méthodes qualitatives qui permettent de comprendre les pratiques et les logiques d'acteurs. Il s'agit de rendre compte, dans le cadre d'une observation directe ou participante, de pratiques sociales, de mettre au jour ce qui les oriente, ce qui amène les acteurs à leur donner telle forme. Il est également question de comprendre la méthode d'entretien qui permet de déterminer le sens que les acteurs interrogés donnent à leurs pratiques et de saisir le contexte, les stratégies et les enjeux.

UE 3 - Langue de spécialité (3 crédits - 20h)

- **Anglais spécialisé (3 crédits - 20h)**
L'objectif du cours qui se déroule sur quatre semestres est d'initier les étudiants à l'anglais spécialisé en information-communication et à l'anglais professionnel : apprendre à se présenter en anglais ; rédiger des documents professionnels (CV, lettre de motivation) ; maîtriser la rédaction de mails ou de comptes rendus ; présenter un brief client (oral et écrit) ; lire des articles de revues spécialisées...

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, consultant

Enseignements de spécialité (15 crédits - 100h)

UE 4 - Stratégies de communication (9 crédits - 60h)

- **Stratégie et outils de la communication (3 crédits - 20 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 les objectifs de communication.
- **Conception et design de communication (3 crédits - 20 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 propres 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.
- **Approches critiques de la communication (3 crédits - 20h)**
La communication d'entreprise suit des tendances et s'inscrit dans un contexte socio-économique et socio-politique 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 pour les organisations et ses limites en termes de relations aux publics dans un contexte de société en transition, de nouvelles attentes anthropologiques, à travers entre autres des études de cas.

UE 5 - Audit et diagnostic (6 crédits - 40h)

- **Diagnostic d'entreprise (3 crédits - 24h)**
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.
- **Sémiotiques appliquées aux organisations (3 crédits - 24h)**
Les apports théoriques et leur transformation en travaux pratiques conduisent les étudiants à utiliser les méthodes de l'analyse socio-sémiotique à travers l'étude de supports de communication liés aux problématiques d'identification visuelle des organisations.

SEMESTRE 8

Enseignements disciplinaires (12 crédits - 92h)

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

- **Organisations et communication (2 crédits - 16h)**
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.
- **Socio-économie et information-communication (2 crédits - 16h)**
Cet enseignement constitue une initiation à l'analyse socio-économique des phénomènes communicationnels modernes. Il vise à présenter les outils conceptuels et méthodologiques permettant d'aborder la production et la valorisation des moyens de communication et des organisations « communicantes ». L'accent est mis sur l'étude des médias contemporains, les enjeux liés à la financiarisation, la concentration industrielle et la centration du capital ainsi que sur les mutations de leurs modèles économiques.
- **Document et société (2 crédits - 16h)**
Ce cours aborde le document comme un objet médiateur de savoirs et comme le résultat de processus sociaux, cette double entrée inscrivant la réflexion en sciences de l'information et de la communication. Le cours comportera deux parties : la première sera centrée sur les enjeux théoriques et les principaux auteurs qui ont travaillé la notion en France. Cette partie abordera également les enjeux méthodologiques liés au recueil de corpus à leurs (pré)-traitements et aux méthodes d'analyses de documents. La seconde partie évoque les types de documents produits ou conservés par les organisations et les institutions patrimoniales et interroge diverses notions.

UE 2 - Méthodologies en information-communication (3 crédits - 24h)

- **Analyses sémiotiques (1,5 crédit - 12h)**
Ce cours permet d'une part d'appliquer les méthodes en analyses sémiotiques en lien avec une problématique communicationnelle. Il propose d'autre part d'acquérir les compétences nécessaires à la collecte et l'analyse d'un corpus, à sa codification et à son interprétation, ainsi qu'à la mise en forme des résultats. Cet enseignement propose l'analyse d'objets fixes et en mouvement, choisis au sein de corpus d'information et de communication de genres variés.
- **Analyse de contenu (1,5 crédit - 12h)**
Ce cours permet d'une part d'appliquer les méthodes de l'analyse de contenu en lien avec une problématique communicationnelle. Il propose d'autre part d'acquérir les compétences nécessaires à la collecte et l'analyse d'un corpus, à sa codification et à son interprétation, ainsi qu'à la mise en forme des résultats. Cet enseignement propose l'analyse d'objets choisis au sein de corpus d'information et de communication de genres variés.

UE 3 - Langue de spécialité (3 crédits - 20h)

- **Anglais spécialisé (3 crédits - 20h)**

Enseignements de spécialité (18 crédits - 120h)

UE 4 - Marketing, communication et management (6 crédits - 40h)

- **Marketing (3 crédits - 20h)**
A partir 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 t BtoB, les stratégies 2.0 et le marketing des services font l'objet d'une approche spécifique.
- **Ressources humaines, management et communication interne (3 crédits -20h)**
Ce cours a pour objectif de faire comprendre la communication à l'intérieur des entreprises, en particulier la communication managériale et la communication en lien avec la gestion des Ressources Humaines. C'est à travers les problématiques majeures, du leadership, des cultures d'entreprise, du changement organisationnel, du travail émotionnel, que sont ensuite évoqués les objectifs de la communication interne et managériale ; le rôle des managers ; la nécessité de faire face aux phénomènes de résistance et de tensions ; la place qui revient à la communication pour mener à bien un dispositif de transformation.

UE 5 - Pratiques de communication (6 crédits - 64h)

- **Relations presse et communication événementielle (3 crédits - 32h)**
 - 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)
- **Écritures web et print (3 crédits, 32h)**
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. (2 cours de 16h chacun)

UE 6 - Retour d'alternance (6 crédits - 16h)

- **Méthodologie rapport d'étape (16 h)**
Cet atelier prépare les étudiants à concevoir et réaliser leur rapport professionnel.
- **Rapport d'étape**
Le rapport d'étape professionnel doit rendre compte de l'expérience passée en alternance et présentés des questionnements en lien avec le domaine dans lequel les étudiants ont été immergés tout au long de l'année.



RESPONSABLE

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