Master Information-Communication Parcours Stratégies de communication, management et marketing digital

Diplôme Master
Domaine d'étude Sciences Humaines et Sociales
Mention Information-Communication
Parcours Stratégies de communication, management et marketing digital

RNCP38208

DIPLÔME NATIONAL DE MASTER CONTRÔLÉ PAR L'ÉTAT

MASTER 100% EN ALTERNANCE

CANDIDATURES 25-26
Candidatures en Master 1 En savoir +

Objectifs

Former des managers de la **communication 360°,** véritables **couteaux-suisses,** experts des **stratégies de communication innovantes, digitales et durables.** Ce master conduit les étudiants à exercer les métiers de responsable de la communication, chef de projet digital, brand communication manager, social media manager,

chargé de communication & événementiel etc. dans un environnement en constante mutation technologique et sociétale.

A la croisée de l'acquisition des fondamentaux :

- des **stratégies** de communication,
- des techniques de **marketing digital,**
- des usages et **outils du numérique** et de l'IA,
- d'une **approche 360°** des **stratégies de marque** (entreprises ou institutions...),
- de la **recherche** en S.I.C (Sciences de l'Information et de la Communication).

COMMENT ?

La formation se déroule **en alternance sur 2 ans** (contrat d'apprentissage uniquement) avec un rythme novateur : 6,5 semaines de cours intensifs (de septembre à octobre) puis immersion en entreprise avec 4 semaines de cours réparties entre janvier et mai. Tous les vendredis de la période entreprise sont en distanciel et dédiés à des cours et du coaching numérique.

Les atouts de **l'alternance** du master :

- **bénéficier** d'une expérience professionnelle significative,
- **favoriser** l'autonomie financière par le contrat d'apprentissage,
- **accroitre** son réseau professionnel,
- **faciliter** son insertion professionnelle en fin de master,
- **se former** de façon optimale en alliant compétences techniques, savoirs-être et capacités d'analyse et de stratégie,
- **privilégier** la relation de confiance et de proximité avec les étudiant.e.s,
- **s'inscrire** dans la démarche de professionnalisation des formations de l'IAE,
- **développer** son sens critique à travers la réalisation d'un mémoire en communication.

Retrouvez tous les détails de la formation et projets du Master sur le site propre du Master créé par les étudiants du master.

Pour qui ?

Public visé

Attendus

- Être titulaire d'une Licence ou d'un diplôme ou titre reconnu au grade de Licence ou admis en équivalence en lien avec les métiers de la communication et du marketing digital.
- Avoir réalisé des projets numériques tels que vidéos, sites, blogs, photos, rédaction d'articles web...
- Expérience significative en communication et/ou marketing (stages, bénévolat...)
- Maitrise parfaite du français à l'écrit et à l'oral

Cette formation est également ouverte aux salarié.e.s en reconversion professionnelle possédant au minimum un diplôme de 1er cycle et une expérience jugée suffisante par le système de validation des acquis (VAE).

Étudiants étrangers : ce master n'est pas ouvert aux étudiants étrangers qui candidatent via la procédure "Études en France" pour la rentrée 2025-2026.

Pré-requis

Recommandés :

- Un CV et une lettre de motivation présentant votre projet professionnel et universitaire ainsi que vos motivations personnelles pour intégrer cette formation

> La validation de la Certification Digital Active des ateliers numériques de Google est exigée (d'ici l'inscription définitive), la formation est disponible en ligne ici (lien certification) : https://learndigital.withgoogle.com/ateliersnumeriques/course/digital-marketing
> Lien vers votre site web personnel ou portfolio en ligne qui pourra valoriser votre candidature.
> A défaut, si vous ne possédez pas de site ou de portfolio, une vidéo de présentation est attendue à déposer sur monmaster.gouv.fr avec un lien cliquable.
> Le lien vers vos créations (site web, vidéo) est à déposer sur monmaster.gouv.fr avec un lien cliquable.

Il est attendu des candidats une bonne connaissance des outils numériques (PAO/Suite Adobe, vidéo, photo) complétée par une profonde appétence pour la communication & le marketing digital.

Conditions d'admission

Critères généraux d'examen des candidatures :

> Book de compétences
> Présentation des projets menés en digital
> Expériences dans le digital (ex. stage)
> Parfaite maitrise du français
> Savoir-être tel que bénévolat, implication dans des projets écocitoyens, sport, expériences à l'étranger, etc
> Résultats depuis le baccalauréat
> Motivation
> Compétences numériques
> Score IAE Message

Modalités de candidature :

> Dossier
> Entretien facultatif

Possibilité de percevoir une bourse d'excellence IAE**.** Ces bourses concernent les étudiant.e.s souhaitant suivre un Master 2 sur critères d'excellence scientifique et sous condition d'un projet professionnel clairement orienté vers la recherche en communication.

COMMENT CANDIDATER ?
Pour candidater en master 1
Veuillez noter que l'obtention du Score IAE Message **est obligatoire pour candidater en master 1.**
Si nécessaire, vous pouvez contacter la gestionnaire de scolarité pour toutes vos questions administratives ou les responsables de formation pour vos questions concernant le programme pédagogique (Cf. contact en bas de page).

Compétences

> Connaître les enjeux de la transformation digitale : économique, social, RH et communicationnel
> Comprendre la place du marketing appliqué dans l'entreprise
> Construire une stratégie de communication digitale et Création d'un plan media 360°
> Gestion de communautés (Community Management)
> PAO et design numérique
> Pratiques outils audiovisuels
> Référencement et optimisation de traffic
> Savoir construire une plateforme de marque
> Gestion de projet

Et après ?

Poursuites d'études

Enquête DPAIQ - Université Jean Monnet
Le devenir des étudiants diplômés de Master promotion 2021-2022
Nombre de diplômés : 18

11 répondants : 10 en alternance, 1 en formation continue

- **Aucun diplômé n'a poursuivi des études en 2022/2023 après l'obtention du Master.**

Débouchés

Ce Master forme des managers en stratégies de communication et digitales adaptées aux enjeux des entreprises et institutions.
En **2024**, **le taux d'insertion** des jeunes diplômés en sortie de Master était de **95,5% à 6 mois**

- Responsable de communication
- Chargé de communication digitale
- Chef de projet communication
- Social media manager / Community Manager
- Responsable communication - évènementiel
- Chef de projet Web
- Web marketing manager
- Chef de projet digital

Programme

ALTERNANCE DU 7/09 / 2023 AU 31/08/2025

M1 - SEMESTRE 7 Intitulés des UE et des éléments pédagogiques	Crédits	Heures
UE1-Communication et transformation digitale	**10**	**69**
Méthodologie de recherche en communication	3	18
Psychologie de la communication- Approche non verbale	2	18
Leviers du digital & Inbound Marketing	3	24
Enjeux de la transformation digitale des organisations	2	9
UE2-Fondamentaux du marketing digital	**4**	**60**
Web design	1	15
Social media et Community Management	1	15
Intro E.commerce	1	15
Référencement et optimisation du trafic WEB (SEO/SEA)	1	15
UE3-Management de projets et ateliers créatifs	**5**	**72**
Conduite de projet	1	15
Workshop d'intégration- idéation et créativité	1	12
Projets transversaux en RSE	2	30
PAO et Design numérique	1	15

Module recherche en management : 24H	-	24
UE4-Alternance & évolution des pratiques socio-professionnelles	**11**	**47**
Cycles de conférences : tendances sociales et innovations	-	2
Analyse de la pratique en situation professionnelle	4	6
Carnet de bord numérique de l'alternant	4	24
Anglais appliqué	3	15
Total par étudiant	**30**	**248**

M1 - SEMESTRE 8		
Intitulés des UE et des éléments pédagogiques	**Crédits**	**Heures**
UE1- Communication, culture de marque et management	**11**	**72**
Brand Management et stratégie de communication	3	24
Médias culture et analyse socio-sémiotique	3	18
État de l'art en SIC- atelier écriture	3	18
Management d'équipe	2	12
UE2-Digitalisation des pratiques de la communication	**8**	**60**
Web Design	2	15
Atelier audiovisuel	2	15
Print et éditions numériques	2	15

Social media et Community Management	2	15
UE3- Positionnement professionnel et valorisation de l'alternance	**11**	**50**
Cycles de conférences : approches contemporaines de la société	-	2
Analyse de la pratique professionnelle	4	12
Carnet de bord numérique de l'alternant	4	24
Collaboration digitale et pratiques professionnelles	3	12
Total par étudiant	**30**	**182**

M2 - SEMESTRE 9		
Intitulés des UE et des éléments pédagogiques	**Crédits**	**Heures**
UE1- Séminaires et méthodologies en SIC	**9**	**60**
Techniques d'enquêtes qualitatives et quantitatives	3	24
Positionnement du mémoire de recherche	3	18
Atelier écriture de mémoire	3	18
UE2-Management et communication durable	**7**	**56**
Management et développement durable	3	24
Cycles de conférences : faits de société, tendances émergentes	-	2
Anglais appliqué	3	15

Business plan et gestion financière	1	15
Module recherche en management (facultatif): 24H	-	24
UE3-Marketing digital et outils numériques	**4**	**60**
PAO	1	15
E.commerce et acquisition de trafic	1	15
Webdesign	1	15
Référencement : SEO et SEA	1	15
UE4-Positionnement professionnel et valorisation de l'alternance	**10**	**54**
Analyse de la pratique en situation professionnelle	3	6
Carnet de bord numérique de l'alternant	3	27
Workshop d'intégration-idéation et créativité	2	12
Bilan de compétences	2	9
Total par étudiant	**30**	**230**

M2 - SEMESTRE 10		
Intitulés des UE et des éléments pédagogiques	**Crédits**	**Heures**
UE1-Démarche de recherche et construction du mémoire en SIC	**8**	**62**
Concepts fondamentaux en SIC et SHS	2	24
Cycles de conférences	-	2
Atelier écritures de mémoire	3	18

Méthodologie en études visuelles et finalisation du mémoire	3	18
UE2-Communication de marque et marketing d'influence	**6**	**57**
Brand Content - Création d'événement	2	18
Workshop audiovisuel	1	15
Référencement et analytics	1	6
Marketing relationnel et stratégie d'influence	2	18
UE3-Valorisation de l'alternance	**16**	**84**
Pratiques professionnelles & collaboration digitale	1	12
Carnet de bord numérique de l'alternant	2	27
Analyse de la pratique en situation professionnelle	3	15
Mémoire professionnel de l'alternant	10	30
Total par étudiant	**30**	**203**

CONTENUS DE LA FORMATION

> **Des compétences techniques**

C'est une formation **pragmatique** avec beaucoup de mises en pratique (**études de cas**, **recommandations d'agence, projets transversaux ...**). Les étudiant.e.s travaillent **en équipe** et en **situation d'agence** avec des intervenant.e.s professionnel.le.s. Tou.te.s les professionnel.le.s qui interviennent dans le master sont **en activité** et formés aux **dernières tendances** du **marketing digital appliqué aux stratégies de communication** en entreprise.

> **Des savoirs-être professionnels**

Une attention particulière est également apportée sur le **savoir-être professionnel**. Un séminaire de **positionnement en situation professionnelle** est organisé en tout début de scolarité. Les étudiant.e.s sont donc considéré.e.s comme des **professionnel.le.s en cours de formation**. Des ateliers **d'idéation**, de **création** et de **théâtre** sont mis en place pour aider les futur.e.s professionnel.le.s à mieux s'exprimer et travailler en équipe.

> **Développer les capacités d'analyse en lien avec les valeurs de notre école**

Nous travaillons à transmettre aux futurs **managers** les valeurs de notre école et de notre formation : tels que le **respect** d'autrui, la communication **bienveillante**, ainsi qu'une sensibilité à l'environnement et aux problématiques **sociétales**. Nous souhaitons contribuer à un **management** plus **inclusif**, respectueux du **bien-être** et de la **différence** de chacun.e. Des **conférences** et des **séminaires** sont organisés en ce sens.

Le **mémoire** est l'occasion de prendre en compte ces problématiques. Cette réflexion se fait en lien avec les **travaux de recherches de l'équipe**. Les étudiant.e.s travaillent à mieux **structurer leurs idées**, à savoir **organiser leurs pensées** et à **anticiper** des difficultés.

Nous avons **l'ambition** de, non seulement **former des responsables de projet** en communication & marketing digital, mais également de leur **fournir les outils conceptuels** pour **penser le monde de demain**.

Volume horaire : 400H/an

Calendrier

...ET RYTHME DE L'ALTERNANCE

Les Master 1 et Master 2 ont ouvert en alternance en septembre 2021.

11 semaines de présentiel :

- **7 semaines en intensif, de début septembre à fin octobre,**
- **4 semaines de séminaire repartis entre janvier et mai.**

et **39 semaines en entreprise**. La formation privilégie des **formes hybrides d'apprentissage** alliant séminaires, workshop, conférences, challenges étudiants, certifications, formation en distanciel, télétravail, coaching professionnel, coaching numérique…

Coût de l'inscription

243€

Détail coût d'inscription

- **En contrat d'apprentissage**
  L'apprenti paye uniquement la Contribution de Vie Étudiante et de campus (CVEC) : **92€**
- **En contrat de professionnalisation**
  Tous les frais sont couverts par l'entreprise.

Contact

Responsable(s)

Anthony GALLUZZO
Responsable du master 1&2
anthony.galluzzo@univ-st-etienne.fr

Aurélie CHENE
Référente scientifique
aurelie.chene@univ-st-etienne.fr

Contact(s) scolarité

JACQUEMARD Solène
solene.durand@univ-st-etienne.fr
04 77 42 13 57