

Domaine Sciences Humaines et Sociales

MASTER MENTION Information-Communication

*Spécialités :*

- Stratégie et conseil en communication

Où ?

- UFR Lettres, Campus Lettres et Sciences Humaines à Nancy

## Spécialité Stratégie et conseil en communication

### OBJECTIFS DE LA FORMATION

La spécialité *Stratégie et conseil en communication* offre une couverture complète des domaines et secteurs de la communication (publics et/ou privés) et des champs d'application de la communication (communication *corporate*, communication produit ou service).

Elle a pour objectif de former des cadres dans le domaine de la conception et du management en communication. Épousant les évolutions du secteur professionnel, elle place au centre de la formation la dimension stratégique de la communication. À l'issue du Master, les diplômés seront à même d'anticiper ou de répondre à une demande, grâce à la maîtrise d'outils d'analyse, d'expertise, de management et de gestion des ressources organisationnelles et humaines.

Polyvalents, les diplômés maîtriseront des connaissances et compétences transversales leur permettant de déployer des solutions stratégiques adaptées à une approche différenciée des stratégies de communication, selon le champ d'application, et de piloter des stratégies de communication multimodales, combinant outils traditionnels et moyens numériques.

L'enseignement associe développement des compétences professionnelles en communication et réflexion sur ces pratiques et les théories qui les sous-tendent. La spécialité *Stratégie et conseil en communication* développe les qualités de professionnalisme, de rigueur, de créativité et d'initiative chez de futurs cadres des métiers de l'information et de la communication.

### LIEU D'ENSEIGNEMENT

[Campus Lettres et Sciences Humaines](#) de Nancy, 3 place Godefroy de Bouillon, 54000 NANCY

### DÉBOUCHÉS – INSERTION PROFESSIONNELLE

En agences de communication, agences de conseil, services communication d'entreprises ou d'organisations publiques ou parapubliques :

- Exercice de responsabilités et de conseil en termes de stratégie de communication interne et/ou externe
- Mise en œuvre de ces stratégies de communication (diagnostic, définition d'une stratégie, détermination des moyens, planification stratégique, mise en œuvre, pilotage et évaluation).

## POURSUITE D'ÉTUDES

Les contenus de la formation permettent aux étudiants qui le souhaitent de poursuivre leurs études en doctorat de Sciences de l'Information et de la Communication après le M2, au sein du laboratoire d'accueil, le CREM.

## LABORATOIRE D'APPUI : CREM

Le *Centre de recherche sur les médiations* (CREM), classé A+ par l'agence nationale d'évaluation, analyse les phénomènes de médiation en apportant une contribution à la compréhension des rapports sociaux, en éclairant la façon dont les savoirs et les attitudes s'élaborent et se partagent, acquièrent légitimité et valeur. Les 4 pôles du CREM :

*Pixel* : « Technologie de l'information, de la communication et médiations »

*Praxis* : « Médias, communications et médiations »

*Praxitèle* : « Arts, cultures et médiations »

*Praxitexte* : « Langues, texte, discours et médiations »

prennent en charge plusieurs aspects de ce champ d'étude, selon la spécialité et les compétences qui les caractérisent. Ses principales préoccupations associent l'étude de supports spécifiques (médias, TIC, productions artistiques et culturelles, textes et discours) à celle des enjeux et acteurs de situations sociales particulières.

Les résultats de ces travaux sont partagés dans un séminaire transversal.

Le CREM regroupe 78 enseignants-chercheurs, 80 doctorants, 50 membres correspondants et 4 personnels d'appui à la recherche.

## ÉCHANGES INTERNATIONAUX

Partenariats de la spécialité *Stratégie et conseil et communication* :

- EUPRERA *European Public Relations Education and Research Association* (<http://www.euprera.org/>)
- MARPE *Master in European Public Relations* (<http://www.mastermarpe.eu>)
- Artevelde Hoghescholl (<http://www.arteveldehs.be>)
- Université Mentouri de Constantine en Algérie (<http://www.umc.edu.dz>)

Type de collaboration :

- Échanges Erasmus
- Collaborations pédagogiques
- Ouverture de la communication des organisations à une perspective intégrant une approche internationale des relations publiques et les apports de travaux de recherches plus empiriques développées dans d'autres pays européens

## MAQUETTE DE LA FORMATION

- Note : pour le tronc commun les enseignements sont communs aux 4 spécialités du Master.

MASTER 1 - Semestre 1			
	N° des UE	Intitulé des UE	ECTS
Tronc commun	701	<b>Recherche (1)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• EC 1 : De la construction de la problématique à la documentation du sujet</li><li>• EC 2 : Délimiter un terrain</li><li>• EC 3 : Constituer un corpus</li></ul>	5
	702	<b>Langue et outils numériques (1)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• EC 1 : Anglais</li><li>• EC 2 : Outils numériques</li></ul>	4
	703	<b>Pratiques professionnelles (1)</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• EC 1 : Sociologie du travail</li><li>• EC 2 : Analyse de situations de travail</li></ul>	5

Spécialité <i>Stratégie et conseil en communication</i>	704	<b>Domaines et secteurs de la communication</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Communication publique</li> <li>• EC2 : Communication associative</li> <li>• EC3 : Communication culturelle</li> <li>• EC4 : Communication interculturelle</li> </ul>	6
	705	<b>Stratégie d'entreprise et communication</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Stratégie d'entreprise</li> <li>• EC2 : Ingénierie de la communication</li> </ul>	5
	706	<b>Environnements et territoires</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Communication, espaces et territoires</li> <li>• EC2 : Communication et mémoire</li> </ul>	5

### MASTER 1 - Semestre 2

Tronc commun	801	<b>Recherche (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC 1 : Atelier de recherche</li> <li>• EC 2 : Travail d'étude et de recherche</li> <li>• EC 3 : Méthode d'analyse comparative et interculturelle</li> </ul>	5
	802	<b>Langue et outils numériques (2)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC 1 : Langue : Anglais</li> <li>• EC 2 : Outils numériques : infographie</li> </ul>	4
	803	<b>Stage et pratiques professionnelles</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC 1 : Éthique, information et communication</li> <li>• EC 2 : Stage de 8 semaines minimum</li> </ul>	6
Spécialité <i>Stratégie et conseil en communication</i>	804	<b>Registres et champs d'application</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Management et communication interne</li> <li>• EC2 : Communication événementielle</li> <li>• EC3 : Communication, santé et interventions sociales</li> </ul>	5
	805	<b>Fonction conseil</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Production de recommandations</li> <li>• EC2 : Cadre juridique et financier</li> </ul>	5
	806	<b>Acteurs et publics</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Partenariats et réseaux</li> <li>• EC2 : Réseaux sociaux numériques</li> <li>• EC3 : Veille stratégique</li> </ul>	5

### MASTER 2 - Semestre 1

	N° des UE	Intitulé des UE	ECTS
Tronc commun	901	<b>Recherche (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC 1 : Séminaire de recherche</li> <li>• EC 2 : Atelier de recherche</li> </ul>	5
	902	<b>Langue et outils numériques (3)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC 1 : Anglais</li> <li>• EC 2 : Outils numériques : initiation au webdesign</li> </ul>	4
Spécialité <i>Stratégie et conseil en communication</i>	903	<b>Évaluation et expertise</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Méthodes d'évaluation et outils d'expertise</li> <li>• EC2 : Pratique de l'évaluation et de l'expertise</li> </ul>	5
	904	<b>Communication et publics spécifiques</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Marketing territorial</li> <li>• EC2 : Affaires publiques et lobbying</li> <li>• EC3 : Communication de crise</li> </ul>	6
	905	<b>La décision et son accompagnement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Délibération</li> <li>• EC2 : Participation</li> <li>• EC3 : Accompagnement du changement</li> </ul>	5
	906	<b>Conception-rédaction</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Conception</li> <li>• EC2 : Création</li> <li>• EC3 : Pratiques rédactionnelles</li> </ul>	5

### MASTER 2 - Semestre 2

Spécialité <i>Stratégie et conseil en communication</i>	1001	<b>Préparation du projet tuteuré : atelier de communication</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Montage</li> <li>• EC2 : Planification</li> </ul>	5
	1002	<b>Réalisation du projet tuteuré : atelier de communication</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Réalisation</li> <li>• EC2 : Évaluation</li> </ul>	5
	1003	<b>Stage et mémoire</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• EC1 : Méthodologie du stage et TER</li> <li>• EC2 : Stage (5 mois)</li> <li>• EC3 : TER</li> </ul>	20

## CONDITIONS D'ACCÈS

### FORMATION INITIALE

En Master 1 :

- Accès sur dossier pour la présélection (les candidatures se font en ligne à partir de la mi-mars sur le site [ecandidat.univ-lorraine.fr](http://ecandidat.univ-lorraine.fr)), suivi d'un examen écrit (le 3 juillet) pour les étudiants pré-sélectionnés. Les résultats de la commission d'admission sont donnés en juillet.

En Master 2 :

- Accès sur dossier pour tous les candidats

### FORMATION CONTINUE

En Master 1 : Entrée sur dossier, par validation d'acquis professionnels avec un minimum de Bac + 2 et de trois années d'expérience professionnelle dans le domaine de la communication.

En Master 2 : Entrée sur dossier et entretien, par validation d'acquis professionnels avec un minimum de bac + 2 et de cinq années d'expérience professionnelle dans le domaine de la communication.

### DÉPOSER SA CANDIATURE

Téléchargement du dossier de candidature : <http://www.univ-lorraine.fr> à partir du 1<sup>er</sup> mars 2013.

## CONTACTS

Pour le Master 1 : Julie BRUSQ

Pour le Master 2 : Cécile BANDO – [cecile.bando@univ-lorraine.fr](mailto:cecile.bando@univ-lorraine.fr)

Contact administratif privilégié : Angélique DUBUISSON – [angelique.dubuisson@univ-lorraine.fr](mailto:angelique.dubuisson@univ-lorraine.fr)

# Descriptif des enseignements

## MASTER 1

### MASTER 1 - SEMESTRE 1

#### UE 701 - RECHERCHE (1)

L'objectif de cette UE est d'apporter aux étudiants les outils théoriques et techniques de base qui leur permettront de conduire des recherches. Associant trois enseignements, cette UE a pour ambition de les initier aux règles fondamentales de l'activité scientifique : construire une problématique, documenter un sujet, procéder à un état de l'art, constituer un terrain et/ou un corpus de recherche.

##### **EC 1 : De la construction de la problématique à la documentation du sujet**

La construction d'une problématique constitue l'étape préliminaire d'un travail de recherche. Moment central de la réflexion scientifique, elle suppose l'acquisition d'un savoir-faire qui va des questions et problèmes posés à leur hiérarchisation. Ainsi cet enseignement, articulé autour d'un CM et d'un TD, donnera les règles indispensables à la mise en œuvre d'un questionnement pertinent et à sa documentation.

##### **EC 2 : Délimiter un terrain**

Dans cet enseignement, il s'agira d'offrir aux étudiants les moyens conceptuels et techniques nécessaires à la réalisation d'une étude en lien avec les questions posées. Un apport qui sera assorti d'une réflexion d'ordre critique consistant à montrer de quelles constructions sociales – voire idéologiques – la délimitation du terrain est la résultante.

##### **EC 3 : Constituer un corpus**

En faisant référence à différentes traditions de recherche ayant recours à l'analyse de corpus (littérature, linguistique...), nous spécifierons l'usage qui en est fait en sciences de l'information et de la communication. À

travers un certain nombre d'analyse de cas, nous traiterons des modalités de constitution de celui-ci et de l'analyse pouvant lui être appliquée.

## UE 702 – LANGUE ET OUTILS NUMÉRIQUES (1)

### EC 1 : Anglais

Cet enseignement a pour objectif de placer les étudiants dans des situations de compréhension et de production de discours liés aux activités professionnelles.

### EC 2 : Outils numériques

Ce cours propose une mise à niveau pour la création et l'édition de pages web. Il propose une synthèse des grands principes (serveurs web, langages du web) et une découverte des environnements logiciels pour la réalisation de pages intégrant des contenus multimédia (*Dreamweaver*).

## UE 703 – PRATIQUES PROFESSIONNELLES

Le stage de M1 court sur une période de 8 semaines minimum au deuxième semestre. Pour le préparer mais aussi pour faire en sorte qu'il soit un cadre de réflexion sur des situations professionnelles diverses, deux enseignements sont prévus. Ils donneront du sens à la situation professionnelle qui sera vécue par l'étudiant.

### EC 1 : Sociologie du travail

Cet enseignement sera centré sur les auteurs fondamentaux du domaine. Il a pour visée d'apporter aux étudiants le bagage théorique nécessaire à la compréhension des situations professionnelles

### EC 2 : Analyse de situations de travail

Cet enseignement offrira aux étudiants le bénéfice d'analyses de cas présentés par des professionnels issus des quatre spécialités du Master. Les étudiants pourront ainsi bénéficier d'une expérience élargie et, par conséquent, mieux appréhender le champ professionnel.

## UE 704 – DOMAINES ET SECTEURS DE LA COMMUNICATION

Dans cette UE, l'approche stratégique sera envisagée au prisme de différentes configurations (institutionnelle, territoriale, associative...). Pour mener à bien ces enseignements, des études de cas seront présentées en TD. Elles viendront appuyer les perspectives théoriques et méthodologiques présentées.

### EC1 : Communication publique

Cet enseignement théorique abordera les aspects fondamentaux et inhérents à cette forme de communication (opinion publique, sondages, de la publicité politique, sociologie professionnelle des acteurs, analyse des discours et actions politiques, informations aux citoyens, fonctions de la communication dans les collectivités et dans le développement territorial, démocratie participative, phénomènes de persuasion).

### EC2 : Communication associative

Ce cours présentera les courants théoriques majeurs qui permettent d'analyser l'émergence et les transformations des associations en lien avec différents processus communicationnels. Une attention particulière sera apportée aux éléments historiques, politiques et économiques.

### EC3 : Communication culturelle

Ce cours abordera les spécificités et les enjeux actuels de la communication culturelle en articulant histoire et problématiques de ce domaine d'activité avec des études de cas.

### EC4 : Communication interculturelle

Cet enseignement présentera les fondamentaux de la communication interculturelle dans les organisations à partir notamment des travaux d'E. T. Hall, de G. Hofstede et de F. Trompenaars.

## UE 705 – STRATÉGIE D'ENTREPRISE ET COMMUNICATION

Les objectifs visés par cette UE sont de produire les outils et méthodes nécessaires à l'accompagnement de la politique de l'entreprise par la stratégie de communication. Ces éléments seront ensuite appliqués dans les TD par des analyses de cas suivies par des professionnels de la communication (industrie, tertiaire).

### EC 1 : Stratégie d'entreprise

Cet enseignement développera une introduction au diagnostic organisationnel : trajectoire stratégique de l'entreprise,

positionnement sur les marchés, identité et culture organisationnelle, théorie des parties prenantes.

#### **EC 2 : Ingénierie de la communication**

Cet enseignement offrira une approche technique de la programmation et de la planification des opérations de communication y compris l'administration et la conception de la stratégie des moyens (médiaplanning).

### **UE 706 – ENVIRONNEMENTS ET TERRITOIRES**

Cette UE a pour objectif d'aider l'étudiant à situer – sur un plan temporel et spatial – et interpréter des phénomènes communicationnels. Cette approche de la contextualité a pour visée de conduire l'étudiant à comprendre une stratégie de communication. Pour mener à bien cette démarche, les deux cours magistraux permettront de donner les bases théoriques nécessaires à la compréhension des études de cas abordées en TD. Ainsi les étudiants traiteront d'exemples concrets qui attesteront du fait que les choix de communication ont une histoire et dépendent d'un cadre particulier.

#### **EC 1 : Communication, espaces et territoires**

Dans cet enseignement, il s'agira de contextualiser des stratégies de communication en montrant l'articulation entre communication et espace. À travers l'exposé de situations particulières, on montrera l'évolution notable de stratégies au vu des espaces qui les constituent.

#### **EC 2 : Communication et mémoire**

Ici, il s'agira de montrer la temporalité de la communication et les effets de cette dimension sur les choix stratégiques. En centrant sur l'évolution de situations dans le temps, on aidera l'étudiant à accéder à ce qui ressortit de la complexité de la communication.

## **MASTER 1 - SEMESTRE 2**

### **UE 801 – RECHERCHE (2)**

Cette UE vise autant l'acquisition d'un savoir que celle d'un savoir-faire indispensable à la mise en œuvre d'une activité de recherche. Outre l'apprentissage que permet ce dispositif, il a également pour fonction de socialiser les étudiants dans une équipe, non seulement celle constituée par les étudiants de la promotion, mais aussi celle composée par les doctorants du CREM qui assisteront à ces séances et apporteront leur propre contribution.

#### **EC1 : Atelier de recherche**

Au cours de cet atelier de recherche organisé autour de deux journées, il s'agira d'offrir aux étudiants un espace de discussions et d'échanges sur leurs sujets de recherche. Point d'étape, ces journées leur permettront de faire un premier bilan de l'avancée de leur travail.

#### **EC2 : Travail d'étude et de recherche**

Dans le cadre de cet enseignement, les étudiants seront accompagnés dans l'écriture des bases du mémoire qu'ils présenteront l'année suivante.

#### **EC 3 : Méthode d'analyse comparative et interculturelle**

Dans cet enseignement, il s'agira de donner aux étudiants des connaissances relatives aux pratiques de recherche telles qu'elles sont conduites dans plusieurs traditions de recherche. Cet apport pourra se faire *via* l'analyse de textes fondamentaux et/ou la présentation de travaux menées par des chercheurs et/ou équipes étrangères. Les professeurs invités du laboratoire présenteront les bases théoriques des travaux qu'eux-mêmes engagent, ce afin d'attester du fait que la science elle-même est imprégnée de caractères qui, pour partie, sont en lien avec la dimension culturelle.

### **UE 802 – LANGUE ET OUTILS NUMÉRIQUES (2)**

#### **EC1 : Langue : anglais**

Ce cours vise à enrichir les connaissances et la pratique de la langue, dans un contexte d'activités professionnelles

#### **EC2 : Outils Numériques : infographie**

Ce cours présente les enjeux du print au sein des stratégies de communication des organisations. Il met à jour les connaissances en matière d'infographie print (publication assistée par ordinateur, formats d'images, chaîne graphique) et propose une introduction infographique aux spécificités introduites par l'édition web.

## UE 803 – STAGE ET PRATIQUES PROFESSIONNELLES

L'objectif de cette UE qui fait suite à l'UE 703 est de mettre en situation professionnelle les étudiants de Master qui bénéficient d'un accompagnement individualisé de différents enseignants relevant de l'équipe pédagogique. L'EC1 de cette UE leur permet par ailleurs d'avoir une forme de regard critique sur le monde professionnel de la communication.

### **EC1 : Éthique, information et communication**

Cet enseignement vise à donner aux étudiants une approche critique sur les métiers de l'information et de la communication en lien avec des problématiques liées à l'éthique/la déontologie, mais aussi aux évolutions de la technique et de l'innovation.

### **EC2 : Stage**

Le stage d'une durée de 8 semaines minimum devra permettre aux étudiants de confronter les acquis universitaires au monde professionnel et d'affiner à la fois leur mise en situation dans l'organisation et leur choix professionnel futur. Les stages pourront être effectués dans tous les organismes privés ou publics. Le stage sera également l'occasion pour l'étudiant de réaliser un rapport de stage de 20 pages mettant en perspective une situation professionnelle problématisée qui sera validée par l'enseignant référent et qui se veut également une application concrète de l'UE 703 où des analyses de situation de travail auront été abordées dans le cadre de l'EC2.

## UE 804 – REGISTRES ET CHAMPS D'APPLICATION

Les objectifs de cette UE sont de donner les outils conceptuels aux étudiants pour analyser, situer et comprendre des pratiques dans des contextes spécifiques aux sciences de l'information et de la communication et appliquées à différents champs professionnels.

### **EC1 : Management et communication interne**

Ce cours abordera les formes de management et le rôle qu'y joue la communication interne, la place de la communication interne dans l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise, le plan de communication interne et l'élaboration d'un plan de communication interne *via* différentes études de cas.

### **EC2 : Communication événementielle**

À partir d'une approche théorique de l'événementiel, cet enseignement développera les processus particuliers de conception, de création et de production de la communication événementielle, en les articulant à la stratégie globale de l'organisation.

### **EC3 : Communication, santé et interventions sociales**

Cet enseignement abordera, à partir d'éléments théoriques et d'études de cas, les enjeux et contraintes liés à la conception, à la réalisation et à l'évaluation de campagnes de prévention et de sensibilisation autour de différents problèmes publics et leur articulation avec la sphère médiatique et différents acteurs des organisations. Il abordera également, dans leur dimension éthique, la question du partage et de la circulation des informations sur et pour différents publics.

## UE 805 – FONCTION CONSEIL

Cette UE forme les étudiants au conseil en communication (production de recommandations stratégiques) et au cadre légal dans lequel elles s'inscrivent.

### **EC1 : Production de recommandations**

À partir d'études de cas et en s'appuyant sur les acquis des UE 704 et 705, les étudiants développeront les compétences conceptuelles et rédactionnelles nécessaires à l'exercice de la fonction conseil en communication.

### **EC2 : Cadre juridique**

Par une approche pratique et professionnelle, ce cours vise à former juridiquement les étudiants sur l'environnement électronique des entreprises et organisations. Il sera accompagné de nombreux documentaires et fascicules thématiques. Les principaux thèmes abordés seront le droit à l'image, le droit de la propriété intellectuelle et celui des nouvelles technologies.

## UE 806 – ACTEURS ET PUBLICS

Cette UE forme à la recherche et à l'animation de partenariats et à s'assurer d'une présence communicationnelle en ligne (communautés numériques, veille et e-réputation).

### EC 1 : Partenariat et réseaux

Cet enseignement développera une approche traditionnelle des relations publiques comme politique de construction et d'animation des réseaux de l'organisation. Il proposera également une formation à la démarche partenariale.

### EC 2 : Réseaux sociaux numériques

Ce cours offrira une maîtrise et une optimisation des stratégies communicationnelles en ligne et du e-marketing. Seront abordées la recherche de partenariats, le netliking et l'élaboration de stratégies de présence en ligne via les réseaux sociaux.

### EC 3 : Veille stratégique

Cet enseignement développera les différents outils de veille et d'e-réputation existants sur le web visible et invisible, y compris ceux du web social. Ces derniers seront exploités pour la recherche, le traitement de l'information formelle et informelle, la surveillance et l'alerte sur l'e-réputation.

## MASTER 2

### MASTER 2 - SEMESTRE 1

## UE 901 – RECHERCHE

En prise avec les activités du CREM, cette UE est un élément central du master. Elle est fondée sur des échanges avec des enseignants-chercheurs du laboratoire ou d'autres universités, françaises et étrangères, ainsi qu'avec les doctorants.

### EC1 : Séminaire de recherche

Tous les étudiants du master, quelle que soit leur spécialité, participeront aux activités du laboratoire dont celles correspondant aux séminaires de recherche. Cette présence sera assortie d'un travail préparatoire consistant à cadrer la thématique abordée en cours de séminaire et les enjeux scientifiques de celle-ci.

### EC2 : Atelier de recherche

Prolongeant le travail réalisé en M1, les séances d'atelier de recherche seront à nouveau consacrées à la présentation, par les étudiants, de l'avancée de leur travail. Toutefois, elles seront centrées sur certains aspects de celui-ci, à savoir l'exploitation des données recueillies (corpus, terrain, enquête...).

## UE 902 – LANGUE ET OUTILS NUMÉRIQUES

### EC1 : Langue : anglais

Cette unité d'enseignement a pour objectif de placer les étudiants dans des situations de compréhension et de production de discours liés aux activités professionnelles.

### EC2 : Outils numériques : initiation webdesign

Ce cours propose une initiation infographique aux spécificités introduites par l'édition web (formats de fichiers graphiques pour le Web, optimisation des images pour une publication en ligne).

## UE 903 – ÉVALUATION ET EXPERTISE

Les objectifs de cette UE consistent à :

- développer les bases pour situer et comprendre les méthodes d'évaluation et les outils d'expertise dans les



- pratiques et les stratégies de communication dans une organisation.
- expérimenter différentes pratiques mises en œuvre dans plusieurs champs professionnels (entreprises, collectivités locales, établissements publics...), poser un diagnostic et définir des procédures.

#### **EC1 : Méthodes d'évaluation et outils d'expertise**

Cet enseignement permettra d'appréhender les différentes formes d'expertises fondées sur une évaluation (audit, benchmarking, études de publics et d'usages...) et de percevoir dans les temps de l'évaluation – de l'évaluation *ex ante* à l'évaluation *ex post* – quelles sont les difficultés, potentialités et complémentarités des démarches.

#### **EC2 : Pratique de l'évaluation et de l'expertise**

Ce TD place les étudiants en situation de réalisation d'une évaluation : formulation des objectifs, affectation des moyens, mise en œuvre, interprétation des données et présentation des résultats.

### **UE 904 – COMMUNICATION ET PUBLICS SPÉCIFIQUES**

Dans cette UE, l'étudiant sera conduit à apprendre à adapter ses stratégies de communication à des publics spécifiques à partir de domaines – le marketing territorial, les affaires publiques et le lobbying et la communication de crise – qui engagent une multiplicité d'acteurs et d'instances nécessitant une perspective interactionniste.

#### **EC1 : Marketing territorial**

Ce cours porte sur la valorisation des territoires et leur positionnement concurrentiel. Il mettra en évidence l'utilisation des ressources économiques, politiques et sociales dans la mise en scène des territoires, de ses projets, et la construction de leur attractivité.

#### **EC2 : Affaires publiques et lobbying**

Cet enseignement est assuré par un professionnel alliant perspectives sociales, économiques et politiques à partir de cas concrets.

#### **EC3 : Communication de crise**

Cet enseignement, délivré par un professionnel, s'appuie sur l'étude d'accidents industriels réels. Il présente la planification des opérations de communication de crise, développe ses spécificités en matière de relations presse et interroge la question de l'adaptation aux différents publics concernés.

### **UE 905 – LA DÉCISION ET SON ACCOMPAGNEMENT**

Il s'agira ici d'apprendre aux étudiants à intégrer les dimensions psycho-sociales de la communication dans les situations liées à la prise de décision : pratiques discursives, participation et accompagnement du changement dans l'organisation. Il leur sera également proposé des outils et méthodes leur permettant de maîtriser des situations engageant la dimension humaine des stratégies de communication.

#### **EC1 : Délibération**

Le cours aura pour objectif d'analyser les enjeux des pratiques discursives des organisations. Seront abordées notamment les délibérations sur les enjeux éthiques : responsabilité sociale de l'entreprise RSE, développement durable, culture et valeurs d'entreprise, gouvernement d'entreprise. Pour les détracteurs, ces notions cachent une forme sophistiquée de manipulation des multinationales. Pour les promoteurs, elles constituent les prémisses d'une redéfinition nécessaire de l'entreprise et de ses relations avec la société civile et le pouvoir politique. Cette redéfinition consisterait en une limitation du droit de propriété des actionnaires (share holders) au profit des parties prenantes (stake holders) au niveau national et global. Elle supposerait une véritable reconstruction du contrat social.

#### **EC2 : Participation**

Le travail en équipe se trouve aujourd'hui valorisé. Volonté du groupe, participation et décision collégiale sont devenues des valeurs. Une mythologie de l'équipe se développe. Le groupe paraît le lieu d'élection pour la réalisation des désirs de relations fusionnelles. Il ne suffit pas de réunir des personnes autour d'une table. Une équipe n'est pas le prolongement d'un promoteur, une extension et un accroissement de ses moyens d'action. Il est opportun de rassembler ce qui, dans les recherches sur les petits groupes, concerne spécifiquement les équipes et le travail en équipe.

#### **EC3 : Accompagnement du changement**

L'accompagnement du changement (organisationnel, structurel, fonctionnel) est un enjeu auquel les professionnels de la communication sont très fréquemment confrontés. Le cours abordera les différentes formes de glissement des stratégies de communication qui peuvent être proposées, sur la base d'études de cas.

## UE 906 – CONCEPTION-RÉDACTION

Il s'agit ici de préparer à la fonction conseil exercée en agence ou chez l'annonceur en améliorant les capacités rédactionnelles des étudiants et en leur permettant de mieux appréhender les enjeux associés à l'externalisation de la communication de l'organisation.

### **EC1 : Conception**

Cet enseignement introduira à la planification stratégique et étudiera le processus de conception d'une campagne en agence.

### **EC2 : Création**

Ce cours proposera une initiation au processus créatif (direction artistique et conception-rédaction) et formera par une série d'exercices à la conception-rédaction.

### **EC3 : Pratiques rédactionnelles**

À partir d'un travail rédactionnel précis, fondé sur l'analyse des formes et des stratégies discursives mises en œuvre, les étudiants rédigeront une série de documents (note d'intention, dossier de partenariat, communiqué de presse...) afin de prendre conscience des particularités de chacun de ces exercices et de contribuer au perfectionnement de leur compétence rédactionnelle.

## MASTER 2 - SEMESTRE 2

### UE 1001 – PRÉPARATION AU PROJET TUTEURÉ

#### **EC1 : Préparation du projet tuteuré : atelier de communication**

Ce cours prépare au projet tuteuré réalisé en groupe. Il débouche sur l'écriture d'un cahier de charges et d'une planification du projet mené dans le cadre de l'atelier de communication.

### UE 1002 – RÉALISATION DU PROJET TUTEURÉ

#### **EC1 : Réalisation du projet tuteuré : atelier de communication**

Ce cours accompagne la mise en œuvre du projet tuteuré mené en groupe dans le cadre de l'atelier de communication. Il débouche sur la présentation orale devant un jury d'un dossier de réalisation.

### UE 1003 – MÉTHODOLOGIE DU STAGE ET TER

Cette UE permet de saisir et traiter avec méthode et créativité un objet complexe inscrit dans les sciences de l'information et de la communication. Elle prépare au stage et aide à la rédaction du Travail d'étude et de recherche (TER).

#### **EC1 : Méthodologie du stage et TER**

Le TD propose des méthodes de rédaction pour le mémoire de recherche et le rapport de stage problématisé. Compte tenu de cette dernière orientation, tout en exposant des « normes » rédactionnelles inhérentes à ce type de production, c'est surtout le lien entre théorie et pratique (professionnelle ou de recherche) qui est au cœur de cet enseignement fondé sur une forte composante (auto)réflexive.

#### **EC2 : Stage**

Le stage d'une durée de 5 mois offre une expérience professionnelle en relation avec la spécialité du master et donne lieu à la rédaction et la soutenance orale d'un rapport de stage problématisé.

#### **EC3 : TER**

Construction d'une problématique, analyse d'un corpus ou d'un terrain, rédaction et soutenance orale d'un mémoire de recherche.