

# Master mention Communication des organisations, parcours Communication organisationnelle et innovation numérique

## Présentation

Le master Communication organisationnelle et innovation numérique est une formation universitaire du département Communication qui se décline sous la mention Communication des organisations. Composé d'enseignants-chercheurs et de chargés de cours professionnels, il propose de développer les compétences liées à l'analyse et à la mise en œuvre des stratégies informationnelles et communicationnelles sous les angles organisationnels, médiatiques, sociaux et techniques. Il est adossé au laboratoire PREFics de l'université Rennes 2.

## Objectifs

Le parcours *Communication Organisationnelle et Innovation Numérique* a pour objectif de former des professionnels de la communication des organisations susceptibles d'occuper des fonctions d'encadrement dans différents types de structures : entreprises, agences de conseil et de prestation de services en communication, collectivités territoriales, secteur associatif, culturel et médico-social. La formation est orientée vers l'acquisition de capacités d'analyse et de diagnostic des environnements organisationnels où s'exerceront les missions, ainsi que sur la capacité à traduire ces diagnostics en préconisations, stratégies argumentatives et actions opérationnelles. La formation vise également à former des professionnels en capacité d'accompagner l'évolution des formes organisationnelles dans le contexte de la mutation numérique.

## Compétences visées

- Analyser les dispositifs d'informations sociales, techniques, organisationnelles et médiatiques ;
- Analyser le contexte et les enjeux de la communication pour une organisation ;
- Auditer les dispositifs de communication ;
- Sélectionner et hiérarchiser les médias et les réseaux sociaux ;
- Elaborer des stratégies de communication ;
- Analyser les dynamiques d'innovation ;
- Analyser et accompagner les usages des machines numériques et des systèmes d'information ;
- Analyser, mettre en œuvre et accompagner des logiques de communication, de coopération et de coordination de l'action ;

- Accompagner le changement ;
- Piloter des projets numériques ;
- Analyser l'évolution des formes organisationnelles dans le contexte numérique.

## Organisation de la formation

La mention « *Communication des organisations* » s'articule très étroitement avec deux autres mentions du département Communication : « *Communication publique et politique* » et « *Information et communication* ». Les unités d'enseignement fondamentales et méthodologiques des trois mentions sont mutualisées sur les deux années de manière à apporter un socle de connaissances, de méthodes et de compétences transversales dans le champ des sciences humaines et sociales utiles pour les sciences de l'information et de la communication : épistémologie de l'information et de la communication, numérique et recomposition organisationnelle, méthodes d'études sociologiques, méthodes d'analyses sémiologiques, communication interculturelle, séminaires de recherche.

Les cours de spécialisation propre à la mention permettent d'approfondir les connaissances et compétences en termes de projets de communication organisationnelle (organisation et communication, communication en contexte de risques et de crises, heuristique de la machine, approches cognitives des organisations, gestion des relations médiatiques et des influenceurs..) et de projets numériques (industries culturelles et numérique, technologie, design thinking et numérique, économie du numérique, projet de communication organisationnelle..). Le M2 est un approfondissement des thèmes développés en M1.

En plus des examens terminaux et des contrôles continus, le master 1 est évalué à l'aune de l'écriture d'un mémoire qui sera finalisé en M2. Rédiger un mémoire sur deux années permet ainsi aux étudiants de réaliser une activité de recherche avec la possibilité d'approfondir un sujet.

Le master 1 se caractérise également par la réalisation d'un projet de communication organisationnelle mené de manière collective. En début d'année, les étudiants choisissent un projet à réaliser pendant l'année parmi ceux proposés par nos partenaires professionnels.

En M1, les cours ont lieu toute la semaine avec possibilité de partir en stage à partir du mois de mai.

Le master 2 se déroule en alternance : contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation ou stage alterné sur un rythme d'une semaine à l'université pour deux semaines en organisation.

# Admission

## Conditions d'admission

Pour les candidatures en master : consulter la plateforme nationale (<https://www.monmaster.gouv.fr>).

En savoir plus : <https://www.univ-rennes2.fr/formation/inscriptions-candidatures/master>

## Modalités d'inscription

**MASTER 1** : Les candidatures sont sélectionnées après examen des dossiers.

a) Le dossier de candidatures sera constitué des pièces ci-après énoncées :

- Un dossier détaillé du cursus suivi par le candidat permettant notamment d'apprécier les objectifs et les compétences visés par la formation antérieure et leur adéquation à la formation dans laquelle le candidat souhaite s'inscrire.
- Les diplômes, certificats, relevés de notes permettant d'apprécier la nature et le niveau des études suivies.

b) Selon les formations il pourra également être demandé au candidat de fournir les pièces suivantes :

- Une lettre de motivation exposant le projet professionnel et/ou les objectifs poursuivis par le candidat
- Un curriculum vitae ;
- Une attestation spécifique à la nature des enseignements de la formation visée ;
- Une lettre de recommandation du responsable de stage, d'engagement ou activité suivis par l'étudiant en dehors de sa formation.
- Des documents ou œuvres produits par le candidat permettant d'attester de ses compétences.

# Et après ?

## Débouchés professionnels

Les débouchés visés par le parcours concernent l'ingénierie professionnelle de l'information et de la communication : secteur des entreprises de l'industrie et des services, secteur associatif, secteur de l'économie sociale et solidaire, secteur public, secteur des agences. Les candidats au parcours ont

notamment vocation à trouver des emplois de cadres en tant que :

- Directrices, directeurs, responsables de la communication,
- Chargé(e)s de communication,
- Chargé(e)s de relations publiques,
- Attaché(e)s de presse,
- Responsables des évolutions organisationnelles dans le contexte numérique,
- Consultant(e)s en organisation et communication (free-lance ou en agence),
- Community manager,
- Créatrices, créateurs d'entreprises.

Il s'agit de former des professionnels généralistes de l'information et de la communication capables d'assumer la responsabilité d'un service d'information et de communication dans tout type d'organisation. Ce master, adossé au laboratoire PREFICS, permet également d'envisager une poursuite en thèse de doctorat.

# Les + de la formation ?

## Stage

- > **Stage**: Obligatoire (alternance ou 4 mois en fin de master 2)

Stage optionnel en M1.

Expérience professionnelle obligatoire en M2 : alternance ou 4 mois en fin d'année universitaire.

## Alternance

- > **Type de contrat**: Contrat de professionnalisation, Contrat d'apprentissage

**Alternance en Master 2** :

1 semaine de cours - 2 semaines en organisation

# Infos pratiques

- > **Composante** : UFR Arts, Lettres, Communication
- > **Niveau d'étude visé** : BAC+5
- > **Durée** : 2 ans
- > **Crédits ECTS** : 120 crédits

- > Alternance : Oui
- > Formation accessible en : Formation initiale, Formation continue, Formation en alternance, Formation en apprentissage
- > Lieu d'enseignement : Rennes
- > Campus : Rennes, Villejean

## Infos complémentaires

- > [Nos réseaux sociaux](#)
- > [Livret de la formation](#)
- > [Suivi des diplômés](#)

# Programme

## Master 1

### Semestre 7

<b>Appui à la transformation en contexte professionnel 1</b>	10 crédits
- Projets de communication organisationnelle 1	
- Design thinking et conduite de projets	
- Méthodes de diagnostic et audit	
- Methodologie de projets	
- Organisation, communication et management	
- Communication en contexte de risques et de crises	
<b>Développement et intégration de savoirs spécialisés 1</b>	11 crédits
- Communication interculturelle	
- Communication, inégalités, institutions	
- Heuristique de la machine	
- Epistemologie de l'information et de la communication	
- Memoire 1	
- Initiation a la recherche	
<b>Usages avancés et spécialisés des outils numériques 1</b>	6 crédits
- Systeme d'information et d'organisation	3 crédits
- Enjeux et pratiques des stratégies digitales	3 crédits
<b>UEL7 - Langue aux choix</b>	3 crédits
<b>Enseignements facultatifs</b>	3 crédits
1 Option	
- Validation de l'engagement étudiant	

### Semestre 8

<b>Appui à la transformation en contexte professionnel 2</b>	12 crédits
- Methodologie et démarches de projets	
- Communication et marketing	
- projet de communication organisationnelle 2	
- Communication managériale et ressources humaines	
- Méthodes de référencement	
- Droit de l'information et des médias	
- Relations publiques et communication institutionnelle	
<b>Développement et intégration de savoirs spécialisés 2</b>	1 crédits
- Memoire 2	
<b>Communication spécialisée pour transfert de connaissances 1</b>	4 crédits
- Methodes d'analyses semiologiques	1 crédits
- Méthodes d'etudes sociologiques	1 crédits
- Analyse des discours, ecritures et langages professionnels	2 crédits

<b>Usages avancés des outils numeriques (surnumeraire) 2B</b>	3 crédits
1 Option	
- Méthodes audiovisuelles pour la recherche en SHS 1	3 crédits
<b>Usages avancés et spécialités des outis numériques 2A</b>	10 crédits
- Cyberculture et sécurité numérique	3 crédits
- Droit et numérique	1.5 crédits
- Numerique et recomposition organisationnelle	3 crédits
- Stratégie de communication numérique	
<b>UEL8 - Langue aux choix</b>	3 crédits
<b>Enseignements facultatifs</b>	3 crédits
1 Option	
- Validation de l'engagement étudiant	

## Master 2

### Semestre 9

<b>Appui à la transformation en contexte professionnel 3</b>	9 crédits
- Stage 1	
- Suivi alternance 1	
- Communication des associations	
- Gestion des relations médiatiques et des influenceurs	
- Communication et crises	
- Industries culturelles et numerique	
<b>Développement et intégration de savoirs spécialisés 3</b>	15 crédits
- Seminaire de recherche 1	
- Memoire 3	
- Approche cognitive des organisations	
- Théories et actualités	3 crédits
- Methodes ethnographiques	
- Droit des marques	3 crédits
<b>Usages avancés des outils numeriques (surnumeraire) 3B</b>	3 crédits
1 Option	
- Méthodes audiovisuelles pour la recherche en SHS 2	
<b>Usages avancés et spécialisésdes outis numériques 3A</b>	6 crédits
- Enjeux contemporains du numérique	3 crédits
- Design thinking et numerique	
- Economie du numerique	
<b>Enseignements facultatifs</b>	3 crédits
1 Option	
- Validation de l'engagement étudiant	

## Semestre 10

<b>Appui à la transformation en contexte professionnel 4</b>	10 crédits
- Conférences professionnelles	
- Suivi alternance 2	
- Stage 2	
- Stratégie de l'entreprise et enjeux de l'ESG	
- Analyse de l'argumentation en AD-SL et communication	4 crédits
- La fabrique de l'information	
- communication publicitaire, marketing services et produits	
<b>Développement et intégration de savoirs spécialisés 4</b>	8 crédits
- Memoire 4	6 crédits
- Seminaire de recherche 2	
- Conférences universitaires	
<b>Communication spécialisée pour transfert de connaissances 3A</b>	3 crédits
- Socio economie de l'innovation	3 crédits
<b>Usages avancés et spécialisés des outis numériques 4A</b>	6 crédits
- ouverture organisationnelle et captation des données	2 crédits
- Gouvernance cyber	2 crédits
- protection de l'information et des données	2 crédits
<b>MINEURES A CHOIX</b>	3 crédits
1 élément(s) au choix parmi 2 :	
- Francophonie americaines : SL	3 crédits
- Mineure Audio (limitée)	
- Methodes audiovisuelles pour la recherche en SHS	
3	
<b>Enseignements facultatifs</b>	3 crédits
1 Option	
- Validation de l'engagement étudiant	