

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

En résumé

Crédits ECTS : 120 crédits

Durée : 2 ans

Niveau d'étude visé : BAC+5

Modalité d'enseignement

- * Formation initiale
- * Formation continue
- * Formation en alternance
- * Formation en apprentissage

Nature de la formation : Diplôme national de l'Ens Sup.

Langue(s) d'enseignement : Français

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

Programme

Programme

Master 1

Semestre 7

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

Semestre 8

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
Appui à la transformation en contexte professionnel 2	BLC				12 crédits
Methodologie et démarches de projets	ENMB				
Communication et marketing	ENBC				
projet de communication organisationnelle 2	ENBC				
Communication managériale et ressources humaines	ENMB				
Méthodes de référencement	ENBC				
Droit de l'information et des médias	ENMB				
Relations publiques et communication institutionnelle	ENBC				
Développement et intégration de savoirs spécialisés 2	BLC				1 crédits

Memoire 2	ENBC	
Communication spécialisée pour transfert de connaissances 1	BLC	4 crédits
Methodes d'analyses semiologiques	ENMB	1 crédits
Méthodes d'etudes sociologiques	ENBC	1 crédits
Analyse des discours, ecritures et langages professionnels	ENMB	2 crédits
Usages avancés des outils numeriques (surnumeraire) 2B	UMI	3 crédits
Méthodes audiovisuelles pour la recherche en SHS 1	ENMB	3 crédits
Usages avancés et spécialités des outis numériques 2A	BLC	10 crédits
Cyberculture et sécurité numérique	UEMA	3 crédits
Droit et numérique	ENMB	1,5 crédits
Numerique et recomposition organisationnelle	UEMA	3 crédits
Stratégie de communication numérique	ENBC	
UEL8 - Langue aux choix	UEL	3 crédits
Enseignements facultatifs	VEE	3 crédits
Validation de l'engagement étudiant	VEE	

Master 2

Semestre 9

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

Semestre 10

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