

pré-spécialisées en méthodologies de recueil et de traitement de données d'enquêtes de terrain.

## Master 2

La deuxième année de master est organisée en **deux semestres**. Le premier semestre est consacré aux enseignements de spécialisation dont le contenu pédagogique est dédié aux pratiques d'audit et de conseil, ainsi qu'aux connaissances théoriques et méthodologiques issues de la recherche appliquée sur les organisations. Le second semestre est exclusivement consacré au stage, au rendu et à la soutenance du rapport de stage.

## Le mémoire

Les étudiants doivent réaliser en un an et demi un mémoire de recherche appliquée en communication organisationnelle. Ce mémoire leur permet de développer leur expertise sur un sujet à partir d'une analyse rigoureuse alliant veille professionnelle et scientifique, et enquêtes de terrain.

L'encadrement est assuré par un binôme composé d'un enseignant-chercheur et d'un professionnel-conseil.

## Le stage

En **M1**, il est de **4 mois obligatoires** (entre début avril et début septembre) et en **M2** de **6 mois obligatoires** (de début janvier à fin juin).

## Adaptation du master aux publics en reprise d'études

Le master est ouvert aux salariés en reprise d'études en contrat CIF et accueille régulièrement des personnes ayant validé une VAE ou une VAP.

## Conditions d'accès



- ▶ **Master 1** Sur concours.
  - Être titulaire d'une licence (toutes disciplines).
  - Ou être titulaire d'un diplôme français ou étranger (bac+3) admis en dispense.
- ▶ **Master 2** Sont admis à s'inscrire de plein droit les étudiants de l'Université Bordeaux Montaigne, admis en M1, qui passent en année supérieure dans le même master. Sur dossier et entretien pour les autres cas.
  - Être titulaire d'un M1 en Sciences de l'information et de la communication ou dans une autre discipline proche de la communication.
  - Ou être titulaire d'un diplôme français ou étranger (bac+4) admis en dispense dans une autre discipline proche de la communication (sociologie ou psychologie des organisations ou du travail, ergonomie, aménagement du territoire).

Présentation détaillée du master et informations pratiques sur [www.u-bordeaux-montaigne.fr](http://www.u-bordeaux-montaigne.fr)

## Contacts

**UFR Sciences des Territoires et de la Communication**  
Institut des Sciences de l'Information et de la Communication  
Université Bordeaux Montaigne – Domaine universitaire F-33607 PESSAC Cedex

**Responsable pédagogique**  
nadege.soubiale@u-bordeaux-montaigne.fr

**Contacts administratifs**  
titulaire d'un diplôme français :  
master-stc-isic@u-bordeaux-montaigne.fr  
titulaire d'un diplôme étranger :  
admissions.masters@u-bordeaux-montaigne.fr



# Consulting et expertise en communication

MASTER

Le master « Consulting et expertise en communication » (mention Communication des Organisations) forme de futurs consultants, auditeurs et chargés d'études en communication et de futurs enseignants-chercheurs en communication des organisations. La formation offre aux étudiants inscrits dans ce parcours la possibilité de se diriger soit vers un débouché professionnel immédiat à bac+5, soit vers un doctorat à bac+8.

## Objectifs de la formation

Le master « Consulting et expertise en communication » forme les étudiants au diagnostic et au conseil en communication pour les organisations du secteur privé ou public.

L'objectif est, pour l'étudiant en sortie professionnelle à bac+5, de fournir des diagnostics et des préconisations adéquats aux problèmes des organisations contemporaines, et pour l'étudiant poursuivant en bac+8, d'effectuer un mémoire de recherche appliquée en communication des organisations.

### Adossement à la recherche

Le master est adossé au laboratoire MICA (Médiations, Information, Communication et Arts), de l'Université Bordeaux Montaigne.

### Adossement au monde professionnel

Une trentaine de professionnels de la communication d'organisations privées, publiques et parapubliques (agences, collectivités territoriales, institutions, associations, médias, cabinets d'études et conseils, obser-

vatoires et fondations) participent à la formation. L'APACOM (Association des Professionnels Aquitains de la Communication), l'ARACT (Agence Régionale pour l'Amélioration des Conditions de Travail) et l'AEC (Aquitaine Europe Communication) sont des partenaires privilégiés du master.

## Ouverture à l'international et/ou ancrage régional

Le master accueille des étudiants étrangers et une partie des étudiants réalisent leurs stages à l'étranger. Il est ouvert à la mobilité étudiante sur une année sous réserve d'une bonne adéquation entre la formation du master et la formation visée à l'étranger. L'équipe pédagogique du master est investie dans l'EURERA (*European Public Relations Education and Research Association*) et compte plusieurs partenaires en son sein. Les collectivités territoriales (conseils régional et départemental, communes et communautés de communes), les institutions et les entreprises régionales accueillent chaque année des étudiants en stage.

## Insertion professionnelle

### Connaissances, savoir et compétences visés

Le master forme depuis 1988 des professionnels de l'audit, du conseil et des études en communication. Les enseignements visent à la fois l'acquisition de connaissances académiques fondamentales sur les organisations et la société, et la maîtrise des méthodologies de recherche appliquée.

Le contenu pédagogique permet aux étudiants d'acquérir l'expertise indispensable pour élaborer des audits de communication, des études d'images et d'opinion ou encore des activités de conseils destinés à des clients. En fin de M2, l'étudiant maîtrise les méthodes d'enquêtes quantitative et de sondage (élaboration de questionnaires et traitements statistiques) et qualitative (entretiens individuels et focus groups, analyses de contenu, analyse sémiologique), la conduite de projet et la gestion de la relation client. L'appropriation de l'ensemble de ces démarches garantit la qualité de la formation de nos futurs consultants, auditeurs et chargés d'étude en communication.

### Débouchés professionnels

Les étudiants intègrent, généralement dans les 6 à 18 mois qui suivent l'obtention de leur M2, des organisations de nature diverse (services de communication intégrés en entreprises ou en institutions, agences de conseil en communication, instituts d'études et de sondages...) et de secteurs variés (public ou privé, marchand ou non marchand...). En dehors des métiers d'auditeurs et de consultants en communication (environ 60 % des profils métiers) ou de chargés d'études (10 à 15 % selon les années), les étudiants occupent également des postes plus classiques en communication, tels que chargés de communication (10 à 20 %). La majorité exerce sur l'ensemble du territoire national, et certains à l'international.

### Poursuite d'études

Le master offre à ceux qui le souhaitent de poursuivre des études en doctorat. Le contenu pédagogique de la formation offrira un meilleur soutien aux projets de doctorat et de formation au métier d'enseignant-chercheur.

## Deux années de formation

### Organisation de la formation

Le M1 comporte :

- des enseignements mutualisés avec les masters Communication et générations : étude des publics et Stratégies et politiques de communication.
- des enseignements préparatoires à la spécialisation en M2.

Le M2, spécifique au master est organisé en 2 semestres : le premier est consacré aux enseignements et le second au stage.

### Master 1

La première année est organisée en deux semestres et comporte trois blocs différents par semestre : un premier bloc d'UE concerne les théories des organisations, des institutions et des publics d'une part, et les méthodologies fondamentales en SIC d'autre part ; un second bloc d'UE porte sur un approfondissement des théories de la communication des organisations et sur la maîtrise des pratiques de communication ; un troisième et dernier bloc d'UE est dédié aux enseignements

