

Mention :

Présentation

Le master mention Communication des organisations propose un tronc commun en master 1 à ces **trois parcours type** :

- * **Stratégies et politiques de communication**
- * Communication et générations : étude des publics
- * Consulting et expertise en communication

Le parcours Stratégies et politiques de communication forme de futurs professionnels pour occuper des postes de chargés de communication interne ou externe, directeurs de communication, responsables ou chargés de la communication corporate, chefs de projet... pour des organisations du secteur privé ou public (agences, entreprises, institutions...).

La formation offre aux étudiants la possibilité de se diriger soit vers un débouché professionnel immédiat à bac+5, soit vers un doctorat à bac+8.

Modalités des contrôles des connaissances 2018-2019 :
Télécharger le fichier «MSS16 _ Master Stratégie MCC 2018.pdf» (46.7 KB)

Objectifs

Le master Stratégies et Politiques de Communication forme les étudiants à la conception et à la mise en œuvre opérationnelle de politiques globales de communication depuis la stratégie jusqu'au développement des dispositifs de communication en passant par l'organisation et la gestion d'un service intégré.

Le master est adossé à l'axe « Communication, Organisation et Société » du MICA (Médiations, Information, Communication & Arts) de l'université Bordeaux Montaigne.

Une trentaine de professionnels expérimentés de la communication d'organisations privées, publiques et parapubliques (agences, collectivités territoriales, institutions, associations, médias, cabinets d'études et conseils, observatoires et fondations) participent à la formation. L'APACOM (Association

En bref...

Langue d'enseignement :

Durée :
année(s)

Crédits ECTS :

Niveau d'études :

Formation à la langue française :
Non

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.

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'EUPRERA (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

Les + de la formation

<https://www.isic-mastercom.fr/>

Établissement(s) cohabilité(s)/partenaire(s)

Contenu de la formation

Le M1 est un **tronc commun aux trois parcours du master mention Communication des organisations**, comportant des enseignements mutualisés et des enseignements préparatoires à la **spécialisation en M2**. Le M2 est spécifique à chaque parcours et 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 par semestre :

- * **un premier bloc d'UE mutualisés entre les trois parcours** concerne les théories des organisations, des institutions et des publics d'une part, et des méthodologies fondamentales en SIC d'autre part
- * **un deuxième bloc d'UE propre au parcours Stratégies et politiques de communication** 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 pré-spécialisés** dans le domaine des stratégies et des politiques de communication.

Master 2

La deuxième année de master est organisée en deux semestres.

Le premier est consacré aux enseignements de spécialisation dont le contenu pédagogique est principalement axé sur le projet éditorial, les médias d'entreprise, la communication corporate, la communication de marque, les espaces de communication et aux méthodologies professionnelles. **Le second est exclusivement consacré au stage, au rendu et à la soutenance du rapport de stage (entre janvier et juin).**

Contrôle des connaissances

Télécharger le fichier «mcc-Masters-Compétences-transversales-u-bordeaux-montaigne.fr.pdf» (361.1 KB)

Admission / Recrutement

La capacité d'accueil du master est de 20 places. Cette capacité comprend les recrutements des candidats sur titres français et étrangers ainsi que les étudiants sous "convention césure" qui réintègrent la formation .

Utilisation des données personnelles dans le cadre d'une candidature pour cette formation : pour en savoir plus

Licences conseillées :

- * toutes licences

- * ou diplôme français ou étranger (bac+3) admis en dispense

Conformément aux dispositions de l'article 1 de l'arrêté du 17 novembre 1999 relatif à la licence professionnelle, "la licence professionnelle est conçue dans un objectif d'insertion professionnelle." Ainsi, les titulaires d'une licence professionnelle peuvent postuler pour une admission en master . Toutefois ils sont informés que les dossiers des titulaires d'une licence générale sont examinés en priorité.

Les diplômes d'université (ex : type DUETI, DUCTI, etc...) ne permettent pas l'accès aux mentions masters à l'Université Bordeaux Montaigne.

Modalités de recrutement : dossier + admission au concours

Epreuve écrite d'admission (4h, /100 points) :

- * Culture générale (20 points) ;
- * Culture spécifique aux métiers (20 points) ;
- * Projet professionnel et connaissance du master (20 points) ;

- * Qualité de l'écriture : vocabulaire, grammaire, syntaxe (20 points) ;
- * Capacité d'analyse et de clarté des propos : capacité de synthèse, esprit critique et argumentation étayée (20 points).

Sont admis à s'inscrire de droit :

Les étudiants de Bordeaux Montaigne, admis au M1, qui passent en année supérieure, l'année en cours, dans le même master et le même parcours.

Pour les redoublants, autorisation à demander à l'UFR.

se réinscrire

Pour les autres cas : sur dossier

- * Étudiants titulaires d'un master 1 en sciences de l'information et de la communication ou dans une autre discipline proche de la communication
- * ou étudiants titulaires d'un diplôme français ou étranger (bac +4) admis en dispense dans une autre discipline proche de la communication

N.B. : *le recrutement direct en master 2 n'existe qu'à titre exceptionnel, lorsque l'un des candidats du master 1 s'est désisté.*

*** Étudiants titulaires de diplômes français :**

dossier Apoflux à télécharger : **du 27 avril au 15 mai 2018**

*** Étudiants titulaires de diplômes étrangers :**

dates et procédures spécifiques en savoir +

Pré-requis

DELF B2 pour les non francophones

Validation des acquis (VAE-VAP)

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.

Savoir-faire et compétences

Le master forme des professionnels spécialisés en stratégie et politiques de communication. Le contenu pédagogique permet aux étudiants d'acquérir à la fois une expertise théorique sur les organisations et des compétences opérationnelles garantes d'une méthodologie rigoureuse dans l'analyse et la mise en œuvre de politiques communicationnelles.

Les enseignements théoriques visent l'acquisition de connaissances fondamentales sur les organisations et la société pour élaborer des stratégies de communication adéquates.

Les enseignements pratiques permettent l'élaboration de dispositifs de communication à partir de commandes réelles, l'application de méthodologies de recherche et de projet, ainsi que la formation aux cultures numériques et à la gestion de la communication digitale. Les projets se réalisent en partenariat avec un réseau d'organisations locales associées à la formation.

Parcours professionnels

Après l'obtention de leur M2, les étudiants pourront intégrer des organisations de natures diverses (agences, entreprises, institutions...) et de secteurs variés (public ou privé, marchand ou non marchand, et secteur digital en développement...).

En dehors des métiers de chargés de communication interne ou externe, de directeurs de communication, de responsable ou chargé de la communication corporate, de médiateurs-coordonateurs de la communication, de chefs de projet, de chargés de relation presse (environ 60 à 70% des profils métiers), les étudiants pourront occuper également des postes de community managers, de responsables éditoriaux en organisation, de rédacteurs, sur l'ensemble du territoire national, et certains à l'international.

Poursuite d'études

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

Programme

En bref...>

Crédits ECTS :

- Liste Semestre 1 SP

- Liste Semestre 1 SP
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)
- - **Méthodologie de la recherche**
 - Liste UE Méthodologie de la recherche
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)
 - - **Méthodologies appliquées**
 - - **Fondamentaux de méthodologie**
- - **Méthodologie professionnelle 1**
 - Méthodologie professionnelle 1
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)
 - - **Veille 1**
 - - **Réseaux professionnels 1**
- - **Langue vivante anglaise 1**
- - **Stratégie et politique de communication 1**
- - **Champs transversaux en SIC 1**
 - Liste UE Champs transversaux 1
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)
 - - **choix Cult. des orga.**
 - choix Cult. des orga.
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_CHOICE: 1 plugin.odf:PLUGINS_ODF_COU
 - - **Communication organisationnelle**
 - - **Approche générationnelle de la communication**
- - **Culture en SIC**
- - **Culture et stratégie numérique**
 - Liste UE Culture et stratégie numérique
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)
 - - **Veille et personal branding**
 - - **Boite à outils digitale**
 - - **Cultures numériques**
- - **Communication visuelle et traitement des données**
- - **Culture des organisations**
 - Liste UE Culture des Organisations
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)
 - - **Entreprise, économie et société**
 - - **Communication des organisations**
 - - **Entreprises : connaissances entrepreneuriat**

- - Management de projet 1
 - Liste UE Management de projet 1
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)
 - - Projet tutoré 1
 - - Méthodologie gestion de projets

- BONUSS1
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_OPTIONAL)

- - Action de Formation Personnelle 1

- BONUSS1X

- (plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_CHOICE: 1 plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE

- - Certifications 1

- - Sport 1

- - AFP Langue Française Appliquée S1

- - Engagement étudiant

- Liste Semestre 2 SP

- Liste Semestre 2 SP
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)

- - Communication des institutions

- Liste UE Com des institutions

- (plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)

- - Communication des collectivités territoriales

- - Contextes institutionnels

- - Méthodologie professionnelle 2

- Méthodologie professionnelle 2

- (plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)

- - Veille 2

- - Réseaux professionnels 2

- - Langue vivante anglaise 2

- - Relations publiques

- - Choix (1/2)

- Liste UE à Choix

- (plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_CHOICE: 1 plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE

- - Approche générationnelle de la communication 2

- - Contexte et problématiques dans les organisations

- - Champs transversaux en SIC 2

- Liste UE Champs transversaux 2

- (plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)

- - Applications contextuelles

- - Choix (1/2)

- Liste UE à Choix

- (plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_CHOICE: 1 plugin.odf:PLUGINS_ODF_COU

- - Approche générationnelle de la communication 2

- - Contexte et problématiques dans les organisations

- - Connaissance des entreprises

- - Culture des organisations

- - Management de projet 2

- - Stage niveau 1

- - Marketing et gestion

- BONUSS2

(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_OPTIONAL)

- - Action de Formation Personnelle 2

- BONUSS2X

(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_CHOICE: 1 plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE

- - Certifications 2

- - Sport 2

- - AFP Langue Française Appliquée S2

- - Engagement étudiant

Programme

En bref...>

Crédits ECTS :

- Liste Semestre 3 SP

- Liste Semestre 3 SP
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)

- - Stratégie médias et projets éditoriaux
- - Stratégie et politique de la communication 2
- - Pratiques spatiales
- - Stratégie appliquée
- - Méthodologie de recherche
- - Langue vivante anglaise 3

- BONUSS1

(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_OPTIONAL)

· - Action de Formation Personnelle 1

- BONUSS1X

(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_CHOICE: 1 plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE

· - Certifications 1

· - Sport 1

· - AFP Langue Française Appliquée S1

· - Engagement étudiant

- Liste Semestre 4 SP

- Liste Semestre 4 SP
(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_MANDATORY)

· - Stage niveau 2

· - Mémoire

- BONUSS2

(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_OPTIONAL)

· - Action de Formation Personnelle 2

- BONUSS2X

(plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE_LIST_TYPE_CHOICE: 1 plugin.odf:PLUGINS_ODF_COURSE

· - Certifications 2

· - Sport 2

· - AFP Langue Française Appliquée S2

· - Engagement étudiant

Établissement(s) cohabilité(s)/partenaire(s)