



# Master Information-Communication Parcours Stratégies de communication, management et marketing digital

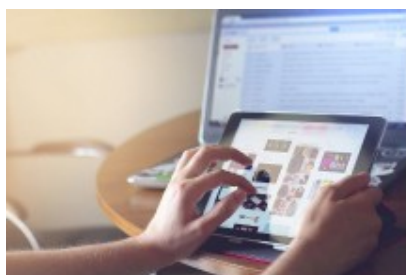
Diplôme **Master**

Domaine d'étude **Sciences Humaines et Sociales**

Mention **Information-Communication**

Parcours **Stratégies de communication, management et marketing digital**

## RNCP38208



**MASTER 100% EN ALTERNANCE**

**CANDIDATURES 24-25**

**Candidatures en Master 1** [En savoir +](#)

## Objectifs

Former des managers de la **communication digitale et du brand management** (responsable de la communication, chef de projet digital, brand manager, social media manager, etc.) dans un environnement en pleine transition digitale.

A la croisée de l'acquisition des fondamentaux :

- > des **stratégies** de communication,
- > des techniques de **marketing digital**,
- > des usages et **outils du numérique**,
- > d'une **approche 360°** des **stratégies de marque** des entreprises à l'heure du numérique
- > d'une initiation à la recherche et aux dernières tendances sociales en communication.

COMMENT ?

La formation se déroule en alternance sur 2 ans (contrat d'apprentissage principalement) avec un rythme novateur : 7 semaines de cours intensifs (de septembre à octobre) puis immersion en entreprise avec 4 semaines de cours entre janvier et mai. Tous les vendredis de la période entreprise sont en distanciel et dédiés à du coaching numérique.

Les atouts de l'**alternance** du master :

- > **bénéficier** d'une expérience professionnelle significative,
- > **favoriser** l'autonomie financière par le contrat professionnel ou d'apprentissage,
- > **accroître** son réseau professionnel,
- > **faciliter** son insertion professionnelle en fin de master,
- > **se former** de façon optimale en alliant compétences techniques, savoirs-être et capacités d'analyse et de stratégie,
- > **privilégier** la relation de confiance et de proximité avec les étudiant.e.s,
- > **s'inscrire** dans la démarche de professionnalisation des formations de l'IAE,
- > **développer** son sens critique à travers la réalisation d'un mémoire en communication.

Toutes les informations du Master sont sur [le site propre du Master](#) créé par les étudiants.

## Pour qui ?

### Public visé

#### Attendus

- > Être titulaire d'une Licence ou d'un diplôme ou titre reconnu au grade de Licence ou admis en équivalence en lien avec les métiers de la communication et du marketing digital.
- > Avoir réalisé des projets numériques tels que vidéos, sites, blogs, photo.
- > Expérience significative en communication et/ou marketing.
- > Maîtrise du français.

**Cette formation est également ouverte aux salarié.e.s en reconversion professionnelle** possédant au minimum un diplôme de 1er cycle et une expérience jugée suffisante par le système de validation des acquis (VAE).

**Étudiants étrangers** : ce master n'est pas ouvert aux étudiants étrangers qui candidatent via la procédure "Études en France" pour la rentrée 2023-2024.

### Pré-requis

#### Recommandés :

- > Un CV et une lettre de motivation présentant votre projet professionnel et universitaire ainsi que vos motivations personnelles pour intégrer cette formation
- > La validation de la Certification Digital Active des ateliers numériques de Google est exigée (d'ici l'inscription définitive), la formation est disponible en ligne ici ([lien certification](https://learn.digital.withgoogle.com/ateliersnumeriques/course/digital-marketing)) : <https://learn.digital.withgoogle.com/ateliersnumeriques/course/digital-marketing>
- > Lien vers votre site web personnel ou portfolio en ligne qui pourra valoriser votre candidature.
- > A défaut, si vous ne possédez pas de site ou de portfolio, une vidéo de présentation est attendue à déposer sur [monmaster.gouv.fr](https://monmaster.gouv.fr) avec un lien cliquable.

- > Le lien vers vos créations (site web, vidéo) est à déposer sur [monmaster.gouv.fr](http://monmaster.gouv.fr) avec un lien cliquable.

Il est attendu des candidats une bonne connaissance des outils numériques (PAO, vidéo, photo, Suite Adobe) complétée par une profonde appétence à la communication & au marketing digital.

## Conditions d'admission

### Critères généraux d'examen des candidatures :

- > Book de compétences
- > Présentation des projets menés en digital
- > Expériences dans le digital (ex. stage )
- > Bonne maîtrise du français
- > Savoir-être tel que bénévolat, implication dans des projets écocitoyens, sport, expériences à l'étranger, etc
- > Résultats depuis la L1
- > Motivation
- > Compétences numériques
- > Score IAE Message

### Modalités de candidature :

- > Concours
- > Dossier
- > Entretien

Possibilité de percevoir une **bourse d'excellence IAE**. Ces bourses concernent les étudiant.e.s souhaitant suivre un Master 2 sur critères d'excellence scientifique et sous condition d'un projet professionnel clairement orienté vers la recherche.

### COMMENT CANDIDATER ?

Pour candidater en master 1

**Veillez noter que l'obtention du Score IAE Message est obligatoire pour candidater en master 1.**

**Si nécessaire**, vous pouvez contacter la gestionnaire de scolarité pour toutes vos questions administratives ou les responsables de formation pour vos questions concernant le programme pédagogique (Cf. contact en bas de page).

## Compétences

- > Connaître les enjeux de la transformation digitale : économique, social, RH et communicationnel
- > Comprendre la place du marketing appliqué dans l'entreprise
- > Construire une stratégie de communication digitale et Création d'un plan media 360°
- > Gestion de communautés (Community Management)
- > PAO et design numérique
- > Pratiques outils audiovisuels
- > Référencement et optimisation de trafic
- > Savoir construire une plateforme de marque
- > Gestion de projet

## Et après ?

### Poursuites d'études

Enquête DPAIQ - Université Jean Monnet

Le devenir des étudiants diplômés de Master promotion 2017

Nombre de diplômés : 10 en initial

- aucun diplômé sur 7 répondants n'a poursuivi ou repris des études au cours des 30 mois qui ont suivi l'obtention du Master.

## Débouchés

Ce Master forme des cadres en stratégie de la communication et du marketing digitale au service des entreprises. (En **2020 et 2021**, le **taux d'insertion** de nos jeunes diplômés en sortie de Master était de **90% et 100% à 6mois**)

- > Chargé de projet en communication digitale
- > Chef de projet en communication 360
- > Social media manager / Community Manager
- > Responsable communication - événementiel
- > Chef de projet Web
- > Web marketing manager
- > Chef de projet digital

# Programme

ALTERNANCE DU 7/09 / 2023 AU 31/08/2025

<b>M1 - SEMESTRE 7</b>		
<b>Intitulés des UE et des éléments pédagogiques</b>	<b>Crédits</b>	<b>Heures</b>
<b>UE1-Communication et transformation digitale</b>	<b>10</b>	<b>69</b>
Méthodologie de recherche en communication	3	18
Psychologie de la communication- Approche non verbale	2	18
Leviers du digital & Inbound Marketing	3	24
Enjeux de la transformation digitale des organisations	2	9
<b>UE2-Fondamentaux du marketing digital</b>	<b>4</b>	<b>60</b>
Web design	1	15
Social media et Community Management	1	15
Intro E.commerce	1	15
Référencement et optimisation du trafic WEB (SEO/SEA)	1	15
<b>UE3-Management de projets et ateliers créatifs</b>	<b>5</b>	<b>72</b>
Conduite de projet	1	15
Workshop d'intégration- idéation et créativité	1	12
Projets transversaux en RSE	2	30
PAO et Design numérique	1	15

Module recherche en management : 24H	-	24
<b>UE4-Alternance &amp; évolution des pratiques socio-professionnelles</b>	<b>11</b>	<b>47</b>
Cycles de conférences : tendances sociales et innovations	-	2
Analyse de la pratique en situation professionnelle	4	6
Carnet de bord numérique de l'alternant	4	24
Anglais appliqué	3	15
<b>Total par étudiant</b>	<b>30</b>	<b>248</b>

<b>M1 - SEMESTRE 8</b>		
<b>Intitulés des UE et des éléments pédagogiques</b>	<b>Crédits</b>	<b>Heures</b>
<b>UE1- Communication, culture de marque et management</b>	<b>11</b>	<b>72</b>
Brand Management et stratégie de communication	3	24
Médias culture et analyse socio-sémiotique	3	18
État de l'art en SIC- atelier écriture	3	18
Management d'équipe	2	12
<b>UE2-Digitalisation des pratiques de la communication</b>	<b>8</b>	<b>60</b>
Web Design	2	15
Atelier audiovisuel	2	15
Print et éditions numériques	2	15

Social media et Community Management	2	15
<b>UE3- Positionnement professionnel et valorisation de l'alternance</b>	<b>11</b>	<b>50</b>
Cycles de conférences : approches contemporaines de la société	-	2
Analyse de la pratique professionnelle	4	12
Carnet de bord numérique de l'alternant	4	24
Collaboration digitale et pratiques professionnelles	3	12
<b>Total par étudiant</b>	<b>30</b>	<b>182</b>

<b>M2 - SEMESTRE 9</b>		
<b>Intitulés des UE et des éléments pédagogiques</b>	<b>Crédits</b>	<b>Heures</b>
<b>UE1- Séminaires et méthodologies en SIC</b>	<b>9</b>	<b>60</b>
Techniques d'enquêtes qualitatives et quantitatives	3	24
Positionnement du mémoire de recherche	3	18
Atelier écriture de mémoire	3	18
<b>UE2-Management et communication durable</b>	<b>7</b>	<b>56</b>
Management et développement durable	3	24
Cycles de conférences : faits de société, tendances émergentes	-	2
Anglais appliqué	3	15

Business plan et gestion financière	1	15
Module recherche en management (facultatif): 24H	-	24
<b>UE3-Marketing digital et outils numériques</b>	<b>4</b>	<b>60</b>
PAO	1	15
E.commerce et acquisition de trafic	1	15
Webdesign	1	15
Référencement : SEO et SEA	1	15
<b>UE4-Positionnement professionnel et valorisation de l'alternance</b>	<b>10</b>	<b>54</b>
Analyse de la pratique en situation professionnelle	3	6
Carnet de bord numérique de l'alternant	3	27
Workshop d'intégration-idéation et créativité	2	12
Bilan de compétences	2	9
<b>Total par étudiant</b>	<b>30</b>	<b>230</b>

<b>M2 - SEMESTRE 10</b>		
<b>Intitulés des UE et des éléments pédagogiques</b>	<b>Crédits</b>	<b>Heures</b>
<b>UE1-Démarche de recherche et construction du mémoire en SIC</b>	<b>8</b>	<b>62</b>
Concepts fondamentaux en SIC et SHS	2	24
Cycles de conférences	-	2
Atelier écritures de mémoire	3	18



Méthodologie en études visuelles et finalisation du mémoire	3	18
<b>UE2-Communication de marque et marketing d'influence</b>	<b>6</b>	<b>57</b>
Brand Content - Création d'événement	2	18
Workshop audiovisuel	1	15
Référencement et analytics	1	6
Marketing relationnel et stratégie d'influence	2	18
<b>UE3-Valorisation de l'alternance</b>	<b>16</b>	<b>84</b>
Pratiques professionnelles & collaboration digitale	1	12
Carnet de bord numérique de l'alternant	2	27
Analyse de la pratique en situation professionnelle	3	15
Mémoire professionnel de l'alternant	10	30
<b>Total par étudiant</b>	<b>30</b>	<b>203</b>

## CONTENUS DE LA FORMATION

### > Des compétences techniques

C'est une formation **pragmatique** avec beaucoup de mises en pratique (**études de cas, recommandations d'agence, projets transversaux ...**). Les étudiant.e.s travaillent **en équipe** et en **situation d'agence** avec des intervenant.e.s professionnel.le.s. Tou.te.s les professionnel.le.s qui interviennent dans le master sont **en activité** et formés aux **dernières tendances** du **marketing digital appliqué aux stratégies de communication** en entreprise.

### > Des savoirs-être professionnels

Une attention particulière est également apportée sur le **savoir-être professionnel**. Un séminaire de **positionnement en situation professionnelle** est organisé en tout début de scolarité. Les étudiant.e.s sont donc considéré.e.s comme des **professionnel.le.s en cours de formation**. Des ateliers **d'idéation**, de **création** et de **théâtre** sont mis en place pour aider les futur.e.s professionnel.le.s à mieux s'exprimer et travailler en équipe.

### > Développer les capacités d'analyse en lien avec les valeurs de notre école

Nous travaillons à transmettre aux futurs **managers** les valeurs de notre école et de notre formation : tels que le **respect** d'autrui, la communication **bienveillante**, ainsi qu'une sensibilité à l'environnement et aux problématiques **sociétales**. Nous souhaitons contribuer à un **management plus inclusif**, respectueux du **bien-être** et de la **différence** de chacun.e. Des **conférences** et des **séminaires** sont organisés en ce sens.

Le **mémoire** est l'occasion de prendre en compte ces problématiques. Cette réflexion se fait en lien avec les **travaux de recherches de l'équipe**. Les étudiant.e.s travaillent à mieux **structurer leurs idées**, à savoir **organiser leurs pensées** et à **anticiper** des difficultés.

Nous avons l'**ambition** de, non seulement **former des responsables de projet** en communication & marketing digital, mais également de leur **fournir les outils conceptuels** pour **penser le monde de demain**.

**Volume horaire : 400H/an**

## Calendrier

...ET RYTHME DE L'ALTERNANCE

**Les Master 1 et Master 2 ont ouvert en alternance en septembre 2021.**

**11 semaines de présentiel :**

- > **7 semaines en intensif, de début septembre à fin octobre,**
- > **4 semaines de séminaire repartis entre janvier et mai.**

et **39 semaines en entreprise**. La formation privilégie des **formes hybrides d'apprentissage** alliant séminaires, workshop, conférences, challenges étudiants, certifications, formation en distanciel, télétravail, coaching professionnel, coaching numérique...

## Coût de l'inscription

243€

### Détail coût d'inscription

- > **En contrat d'apprentissage**  
L'apprenti paye uniquement la Contribution de Vie Étudiante et de campus (CVEC) : **92€**
- > **En contrat de professionnalisation**  
Tous les frais sont couverts par l'entreprise.

## Contact

### Responsable(s)

**Juliette DELARUE QUAIREL**

Responsable pédagogique du master 1 et relations entreprise  
juliette.delarue.quairel@univ-st-etienne.fr

**Aurélié CHENE**

Responsable pédagogique du master 2 et mention info-com  
aurelie.chene@univ-st-etienne.fr

### Contact(s) scolarité

**DURAND Solène**

solene.durand@univ-st-etienne.fr  
04 77 42 13 57