

Master 1
Communication des entreprises et des institutions

LE PROGRAMME

Cette année d'approfondissement permet de comprendre le contexte économique, social et politique dans lequel sont conduites des politiques de communication des entreprises et des institutions et d'acquérir les méthodes d'analyse et les principaux outils qui permettent la conception et la mise en œuvre des actions.

UE 1 - Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication (15 crédits - 138h)

A. Démarches et méthodes d'analyse de l'information et de la communication - 60 h

1 - Les enquêtes en sciences sociales

- Enjeux théoriques de la communication institutionnelle
- Stratégies et organisations : conduite du changement
- Ethnologie urbaine

2 - Analyse des signes dans la société

- Sémiologie appliquée à la communication des entreprises et des institutions

3 - Transformations médiatiques

- Socio-histoire des médias
- Connaissances des médias
- Approche sémio-politique

B. Méthodologie générale de la recherche en SIC : les méthodes (outils, techniques d'investigation appliquées aux secteurs professionnels) - 39h

1. Outils mathématiques et statistiques

- Gestion des équilibres budgétaires et suivi comptable

2. Etudes

- Etudes quantitatives
- Veille et décryptage de l'influence
- Etudes d'images
- Logiciel Modalisa

C. Analyses économiques et financières - L'entreprise et ses marchés - 31h

- Actualités et politiques économiques
- Marketing

D. Conduite d'une recherche appliquée- 8h

- Méthodologie de la recherche

UE 2 - Spécialisation professionnelle : Communication des entreprises et des institutions (15 crédits - 124h)

- A. L'environnement social, politique, juridique et administratif de l'entreprise - 38h
 - Vie politique française et communication
 - Institutions européennes
 - Droit de la communication
- B. Les stratégies transversales - 60h
 - Les principes du plan de communication : études de cas
 - Communication publique
 - Communication interne
 - Panorama du paysage médiatique à l'aune du web
 - Communication publicitaire : Brief annonceur ; Planning stratégique
- C. Les communications des entreprises et des institutions : contexte, objectifs et outils - 40h
 - Relations publiques
 - Communication, cultures et territoires
 - Communication non marchande et des associations
 - Communication culturelle

UE 3 - Information, communication et langages dans le monde contemporain (15 crédits - 80h)

- A. Enquête de terrain
- B. Langues vivantes et ouverture internationale - 66h
 - LV1 : Anglais
 - LV2 : Allemand ou Espagnol
 - Stage de qualification ou séjour d'études à l'étranger
- C. Expression orale - 14h

UE 4 - Travail d'étude et de recherche appliquée (15 crédits)

- Travail de recherche fondé sur l'élaboration d'une problématique et l'observation d'une situation professionnelle ou l'analyse de corpus.