

Master 2ème année Mention Information, Communication - Parcours Communication numérique des organisations (CNO)

REFERENCE : 04RC536M

Apprentissage CFA UB (contrats privés)

PRESENTATION DE LA FORMATION

Année universitaire 2024/2025

PEDAGOGIE	SUPPORT ADMINISTRATIF (SEFCA)
UFR Lettres et Departement INFO COM Responsable pédagogique Fabien BONNET Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication fabien.bonnet@u-bourgogne.fr	Chargée de gestion de formation Laetitia TERREAU / Tél : 03 80 39 51 68 Chargée d'ingénierie de formation Lucie BONOT / Tél : 06 69 03 37 69 Adresse de contact formation.continue-infocom@u-bourgogne.fr

OBJECTIFS

Appuyé sur une toute nouvelle maquette, sur de nombreux projets et sur les apports pratiques de l'alternance, le Master Communication Numérique des Organisations (CNO) de l'Université de Bourgogne a pour objectif de permettre à ses étudiant.es une réelle montée en compétence dans le domaine de la communication numérique.

il s'agit de maîtriser progressivement les méthodes de conception et de mise en oeuvre de stratégies de communication qui devront être adaptées aux enjeux spécifiques que nos diplômé.es sont en mesure de comprendre finement.

PUBLIC

- de 30 ans

PRE-REQUIS

Titulaires d'un master 1e année en Sciences de l'Information et de la communication.

Pour les non titulaires d'un master 1e année en Sciences de l'Information et de la communication : examen d'un dossier et entretien.

Possibilité de VAP

conditions d'accès:

- Témoigner d'un fort intérêt pour une approche stratégique et analytique de la communication au service des projets et annonceurs de notre territoire, en lien avec le projet pédagogique porté par ce Master.
- Témoigner d'une expérience significative dans le domaine de la communication

- Maîtriser les outils numériques de l'information communication (bureautique, création graphique et/ou vidéo, écriture et gestion de contenus web)
- Être en mesure de s'engager dans des projets en langue anglaise

FORMATEURS

Enseignants et enseignants chercheurs de l' université, intervenants des secteurs professionnels de la formation.

ORGANISATION DE LA FORMATION

- Durée de la formation : 455h, soit 65 jours de cours
- Le rythme est de 1 semaine sur 2 en entreprise.

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Travaux dirigés, travaux collectifs et séminaires professionnels.

MOYENS TECHNIQUES

- Salles de cours dotées de vidéo-projecteurs
- Salle informatique en libre service
- Connexion wi-fi
- Bibliothèque de travail thématique

PROCESSUS DE SELECTION PEDAGOGIQUE ET DE RECRUTEMENT

Avant d'être sélectionné (pour les candidats non issus du M1 information communication)

- Candidature pédagogique sur e-candidat
- Recherche active d'une entreprise

Après accord pédagogique:

- Inscription administrative auprès du SEFCA à la maison de l'université

MODALITES D'EVALUATION ET SANCTION DE LA FORMATION

Contrôle continu, examens et soutenance.

COMPETENCES ACQUISES ET DEBOUCHES

Compétences acquises à l'issue de la formation :

Compétences techniques : conception d'outils de communication (texte/image/web), administration de sites web de communication, plateformes de gestion de contenus d'entreprise (ECM) et de travail collaboratif, gestion des documents numériques et métadonnées.

Compétences générales : expression écrite dans un contexte de communication, gestion de projets marketing et de communication, animation des réseaux sociaux, veille.

Compétences spécifiques : stratégies de communication interne et externe, stratégies de veille, conduite du changement numérique et de la dématérialisation, gestion des connaissances.

Compétences acquises à l'issue de l'année de formation :

Spécialisations en communication des organisations : communication politique, communication des collectivités territoriales, communication engageante, communication des marques.

Mise en oeuvre de compétences dans des missions professionnelles variées : stratégies de communication et de veille, organisation des flux d'information, analyse de besoins et gestion de projets en communication interne ou externe, formation et accompagnement au changement numérique, gestion et animation de communautés numériques et professionnelles.

Prolongement des compétences acquises en M1 (et dès la L2) sur l'environnement numérique de travail et

élargissement de celles-ci aux plateformes d'ECM (gestion de contenu d'entreprise) leader dans le marché (propriétaire et open source) et aux problématiques de la dématérialisation.

Débouchés du diplôme (métiers ou poursuite d'études) :

- Chargé de communication en agence, dans les entreprises et les institutions publiques : élaboration de stratégies de communication multicanal, conception de campagnes, création de supports numériques et gestion de sites web.
- Social media manager : gestion de l'image numérique, stratégie de réseaux sociaux et animation de communautés virtuelles.
- Chargé de projet en gestion de l'information : veille, gestion de la connaissance interne des organisations et de l'Intranet, organisation du travail collaboratif en ligne, organisation de la dématérialisation, formation et accompagnement aux changements numériques.

INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

Code RNCP du Master Mention Sciences de l'information & de la Communication : 38208

Plus d'infos sur <http://sefca.u-bourgogne.fr>