



Master

Master 1&2

Mention

Information - communication



Parcours

JOURNALISME D'ENTREPRISES ET DE COLLECTIVITÉS (JEC)

Accessible en formation initiale et possibilité d'alternance en M2



Institut de la communication,
de l'information et du document

 Université
de Lille

 FRANCE
compétences
CERTIFICATION
enregistrée au RNCP

MASTER MENTION INFORMATION COMMUNICATION

* Possibilité de préparation renforcée à la recherche doctorale dans chaque parcours de la mention.



PRÉSENTATION & OBJECTIFS

Vous souhaitez acquérir une double compétence en communication et en journalisme ?

Le **Master Information - Communication parcours Journalisme d'Entreprises et de Collectivités (JEC)** vous propose de développer des savoir-faire qui vous permettent de piloter et d'évaluer la production de publications en ligne et hors ligne propres aux collectivités territoriales et entreprises depuis la conception de leur formule éditoriale jusqu'à leur diffusion, à l'interne comme à l'externe.

Spécialiste de différentes techniques rédactionnelles, vous serez amené.e à travailler sur des supports variés : papier, web, audiovisuel, réseaux socionumériques...

PRÉ-REQUIS

- Pour tou-te-s les candidat-e-s : une culture générale solide, en particulier dans les domaines des sciences humaines et sociales et une bonne capacité de travail remarquable dans les résultats en licence.
- Une expérience (professionnelle, universitaire, associative) **en lien avec les domaines de la communication ou du journalisme** est un plus.
- Pour les candidat-e-s venant d'une licence en communication : la formation peut s'inscrire dans la continuité d'un tel parcours de licence. Les prérequis renvoient aux savoirs acquis dans ces cursus.

ORGANISATION DE LA FORMATION

2 ANS DE FORMATION organisés sur 4 semestres :

- En **Master 1**, aux heures d'enseignement de septembre à février s'ajoute un **stage obligatoire de 3 mois minimum à partir de début mars**.
- En **Master 2 en formation initiale**, aux heures d'enseignement s'ajoute un **stage de 3 mois minimum à partir de début avril**.
- En **Master 2 en alternance**, les étudiant-e-s sont **3 jours par semaine à Infocom et 2 jours dans la structure d'accueil**, de début octobre à début avril. À partir d'avril jusqu'en septembre : ils sont à temps plein dans la structure d'accueil.

LES ATOUTS DE LA FORMATION

- De nombreux **partenariats avec des entreprises et collectivités territoriales**
- Une **double formation** en communication et en journalisme d'organisation
- Un parcours réalisable **en formation initiale, en formation continue ou, en M2, en alternance** (dans le cadre d'un contrat de professionnalisation ou d'apprentissage)
- Des enseignements liés aux recherches du laboratoire GERiICO et **en lien constant avec le secteur professionnel** : stages, études de cas, interventions de professionnel-le-s de la communication ou du journalisme dans le cadre de cours, de suivi de projets ou sous la forme de conférences, etc



UNIVERSITÉ DE LILLE

Université européenne de référence, reconnue pour l'excellence de sa recherche et de sa formation, l'Université de Lille fait de la réussite étudiante une de ses préoccupations majeures et elle place l'insertion professionnelle au cœur de son engagement. Adossée à une recherche de pointe, son offre de formation se veut en phase avec les évolutions des mondes socio-économique et socio-professionnel afin de contribuer aux grandes transitions de notre société et préparer chacune et chacun, tout au long de sa vie, aux compétences et métiers de demain.

L'Université de Lille, composée depuis 2022 de 11 facultés et 4 écoles partenaires – École Nationale Supérieure des Arts et Industries Textiles (ENSAIT), École Nationale Supérieure d'Architecture de Lille (ENSAPL), École Supérieure de Journalisme de Lille (ESJ Lille), Sciences Po Lille (IEP) –, est un acteur des écosystèmes du territoire par les nombreux partenariats (sportifs, culturels, sociaux, économiques...) qu'elle noue, au profit de ses étudiant·es et de ses personnels. Les 6 500 professionnels et intervenants externes qui s'impliquent dans les activités pédagogiques, le développement de chaires et de coopérations pour accompagner les transitions dans toutes leurs formes, sont autant d'exemples de la dynamique engagée. Inspirons demain !

LE DÉPARTEMENT INFOCOM

Depuis 1984, Infocom forme des professionnel.le.s qualifié.e.s dans le domaine de l'information et de la communication généralistes ou spécialisé.e.s dans des secteurs d'activités spécifiques : communication interne et externe, journalisme d'entreprise et de collectivité, communication et management des ressources humaines, développement des territoires, communication publique et parapublique, etc.

Les enseignements portent sur les sciences de l'information et de la communication et sont à la fois liés au monde de la recherche (Infocom est rattaché au laboratoire GERiCO) et organisés autour d'un objectif de professionnalisation, que ce soit au niveau Licence ou au niveau Master.

Des formations professionnalisantes

Infocom entretient, depuis ses débuts, des liens étroits avec les milieux professionnels des différents secteurs de la communication, qu'ils relèvent du monde des collectivités territoriales et des administrations publiques, de celui des entreprises et des agences, ou de celui des associations par exemple. Ces relations s'établissent par l'intervention de nombreux professionnels dans les formations du département par des liens réguliers avec les diplômés ainsi qu'à l'occasion des stages et du suivi des étudiant.e.s en alternance.

L'alternance

Les formations proposées par le département sont toutes accessibles en formation initiale et en formation continue.

Au niveau master, elles peuvent également être suivies sur le mode de l'alternance. Infocom offre aux étudiant.e.s de Master 2 la possibilité de réaliser leur dernière année de formation dans le cadre d'un contrat de professionnalisation. Depuis la rentrée 2013, Infocom permet également à des étudiant.e.s de suivre l'intégralité de leur cursus de master (M1 et M2 parcours Communication des Organisations) par la voie de l'apprentissage.

Infocom est aussi engagée dans les programmes d'échanges européens (Erasmus +, ISEP, BCI).

Une formation aux métiers de la communication dans un environnement de qualité

Le département Infocom dispose de ses propres locaux installés dans une ancienne usine textile superbement réhabilitée, en plein centre-ville de Roubaix, à proximité des réseaux de transport collectif (métro, tramway, bus). Les étudiant.e.s bénéficient d'une ambiance de travail et d'un cadre de vie particulièrement agréables.

Une bibliothèque, deux salles informatiques, des bornes wifi, un foyer nouvellement aménagé, un centre de ressources en langue, un amphithéâtre et des salles de cours équipés avec un matériel audiovisuel de qualité... Tout est mis en oeuvre pour permettre aux étudiant.e.s de bénéficier d'équipements essentiels au bon déroulement de leurs études.

<https://icid.univ-lille.fr/>

PROGRAMME DE LA FORMATION

MASTER 1 : 60 crédits ECTS (Semestre 1 & 2)	MASTER 2 : 60 crédits ECTS (Semestre 1 & 2)
BCC 1 – MAITRISER LES OUTILS ET TECHNIQUES DU JOURNALISME D'ORGANISATION	
<p>OUTILS ET PRATIQUES (S2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Infographie / Ecriture audiovisuelle / Réseaux sociaux et community management / Conception de projets numériques 	<p>TECHNIQUES DU JOURNALISME : L'ÉCRIT (S3)</p> <ul style="list-style-type: none"> Techniques et écritures journalistiques / Secrétariat de rédaction et habillage d'articles / Processus éditoriaux / PAO <p>TECHNIQUES DU JOURNALISME : MULTIMÉDIA ET NUMÉRIQUE (S3)</p> <ul style="list-style-type: none"> Conduite de projets multimédia / Reportage photo / Production vidéo / Ecritures numériques
BCC 2 - CONCEVOIR, GERER, EVALUER DES POLITIQUES ET STRATEGIES D'INFORMATION-COMMUNICATION MULTI-SUPPORTS	
<p>PRATIQUES PROFESSIONNELLES DU JOURNALISTE D'ORGANISATION (S2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Concevoir et piloter une publication print et web / Techniques et écritures journalistiques / Concepts et outils de l'analyse socio-sémiotique de publications / Conception et conduite de projets / Politiques et stratégies de communication éditoriale : étude de cas/mise en situation professionnelle 	<p>LE MÉTIER DE JOURNALISTE D'ORGANISATION 1 (S3)</p> <ul style="list-style-type: none"> Journalisme et médias : produit, production, réception / Médias print et web d'entreprises et de collectivités / Audit d'une publication print et web <p>LE MÉTIER DE JOURNALISTE D'ORGANISATION 2 (S3)</p> <ul style="list-style-type: none"> Conception de formats/produits éditoriaux adaptés au web / Conception et animation de la communication sur les réseaux sociaux numériques / Ecrits d'écran / Veille et stratégie SEO
BCC 3 - DEVELOPPER DES CAPACITES D'ANALYSE DES ENJEUX ET OUTILS DE LA COMMUNICATION EDITORIALE	
<p>DISCOURS, SUPPORTS, LANGUES (S1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Analyse de discours / Situations de communication / Langue vivante 1 / Langue vivante 2 <p>CONNAISSANCES DES CONTEXTES PROFESSIONNELS (S1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Sociologie des organisations et communication / Droit des collectivités territoriales / Enjeux de la communication interne 	<p>PROBLÉMATIQUES ET MÉTIERS DE LA COMMUNICATION (S3)</p> <ul style="list-style-type: none"> Droit de la communication / Mediatraining / Communication de crise
BCC 4 - CONDUIRE UNE ANALYSE REFLEXIVE ET DISTANCIEE DES PROBLEMATIQUES ET ENJEUX DE LA COMMUNICATION	
<p>COMMUNICATION, MÉDIAS, TECHNIQUES ET SOCIÉTÉ (S1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Espace public, politique et médias / Innovations technologiques et changement social / Dispositifs audiovisuels de communication <p>CHAMPS PROFESSIONNELS : PROBLÉMATIQUES ET ENJEUX (S1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Théories et pratiques des relations presse / Droit et déontologie de la presse / Presse des entreprises et des collectivités 	
BCC 5 - CONSTRUIRE ET MENER UN PROJET DE RECHERCHE EN SIC	
<p>ÉTUDES ET RECHERCHES EN COMMUNICATION (S1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Approche du domaine des SIC / Séminaire d'initiation à la recherche / Méthodes et techniques d'enquêtes / Politiques et stratégies de communication <p>PROJET DE L'ÉTUDIANT : ÉTUDES ET RECHERCHES EN COMMUNICATION (S2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Séminaire / Mémoire intermédiaire / Enquête(s) 	<p>APPROCHE CONCEPTUELLE ET CONTEXTES PROFESSIONNELS (S3)</p> <ul style="list-style-type: none"> Initiation à la recherche / Méthodologie de l'étude-conseil / Langue vivante 1 / Langue vivante 2 <p>INITIATION À LA RECHERCHE - MÉMOIRE (S4)</p>
BCC 6 : SAVOIR PREPARER SON INSERTION PROFESSIONNELLE ET CONSTRUIRE SON PROJET PROFESSIONNEL	
<p>PROJET DE L'ÉTUDIANT (S1) – UNE ORIENTATION AU CHOIX</p> <ul style="list-style-type: none"> Mobilité internationale : contextes et enjeux / Découverte d'un secteur professionnel, d'un métier ou d'une fonction / La recherche et le métier de chercheur (en SIC) 	<p>PROJET DE L'ÉTUDIANT : CHAMPS PROFESSIONNELS ET MISES EN SITUATION (S4)</p> <ul style="list-style-type: none"> Champ professionnel et référentiel métiers du journalisme d'organisation / Etude de cas « Intensives 1 et 2 » / Stage hebdomadaire (facultatif)
BCC 7 : DEVELOPPER SON EXPERIENCE PROFESSIONNELLE OPERATIONNELLE ET STRATEGIQUE DE LA COMMUNICATION	
<p>PROJET DE L'ÉTUDIANT : STAGE (S2)</p>	<p>STAGE D'ÉTUDE-CONSEIL (S4)</p>

COMPÉTENCES VISÉES À L'ISSUE DU MASTER

De manière privilégiée, le parcours JEC vise à former des professionnel-le-s aptes à :

- Identifier la pertinence des politiques, stratégies et plans de communication dans un contexte donné
- Situer le rôle des supports d'informations (journaux internes, sites Internet, réseau intranet, audiovisuels d'information, newsletter, médias sociaux...) dans les politiques de communication des organisations
- Maîtriser les techniques journalistiques de la collecte de l'information à son traitement rédactionnel et sa mise en forme
- Piloter, de bout en bout, la production d'une publication (d'un journal, d'un produit audiovisuel, d'un site web, d'une application mobile...) depuis la conception (ou la modification) de sa formule éditoriale jusqu'à son édition, sa diffusion, puis l'évaluation de sa réception et de ses effets
- Assurer un rôle de conseil, de diagnostic et d'aide à la décision auprès des entreprises et des collectivités territoriales dans le cadre de la création ou de la refonte de leur stratégie de publication éditoriale

POURSUITE D'ÉTUDES

Ce master intègre une formation à la recherche, vous permettant, si vous le souhaitez, de poursuivre en Doctorat (l'accès se fait sur dossier).

La préparation d'un doctorat s'étend sur une période qui varie entre trois et cinq ans, et est réalisée dans le cadre d'une école doctorale et d'un laboratoire de recherche (ici, plus précisément en communication, il s'agit du GERiCO - Groupe d'études et de recherche interdisciplinaire en information communication, labellisé par le Ministère).

Une formation est également dispensée, sous forme de cours ou de séminaires, visant à renforcer vos compétences et connaissances en matière de recherche, formation qui s'ajoute au suivi, tout au long de la préparation, assuré par un directeur/une directrice de thèse. À son terme, cette thèse, fait l'objet d'une présentation et d'une défense publique, devant un jury qui en apprécie la qualité et qui délivre le grade de docteur.e.

Le Doctorat est un diplôme qui permet d'accéder aux métiers de la recherche (dans le public ou dans le privé) aux fonctions d'enseignant.e-chercheur.se. à l'université, mais aussi à des fonctions de conseil et/ou d'encadrement dans des organisations diverses, au niveau national ou international.

Pour en savoir plus : <http://edshs.meshs.fr/>

INSERTION PROFESSIONNELLE

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- Entreprises
- Collectivités territoriales
- Structures intercommunales (EPCI)
- Agences de communication ou de relations publiques
- Associations
- Organisations culturelles

TYPE D'EMPLOI

- Journaliste d'entreprise
- Journaliste de collectivités territoriales
- Responsable des publications (internes et externes)
- Chef-fe de projet éditorial (print et web)
- Rédacteur-riche en chef du journal interne ou externe
- Concepteur-ice-rédacteur-riche
- Webmaster éditorial
- Community manager

Les postes occupés par les ancien-ne-s étudiant-e-s de la formation JEC concernent des domaines très divers : santé, justice, prêt-à-porter, culture...



CONTACTS ADMINISTRATIF

- **Département Infocom**
Université de Lille - Campus Roubaix-Tourcoing
Rue Vincent Auriol - 59100 Roubaix
(33) 03 20 41 74 50 - infocom@univ-lille.fr
- **Secrétariat**
M1 : andy.chung-tan@univ-lille.fr - (33) 03 20 41 74 51
M2 : charlene.dolle@univ-lille.fr - (33) 03 20 41 74 56

MODALITÉS D'ADMISSION EN MASTER JEC

EN MASTER 1

L'admission en première année de master est subordonnée à l'examen du dossier des candidat-es selon les modalités suivantes :

Mentions de licences conseillées

- Information Communication
- Administration publique, économique et sociale ; Economie et gestion ; Histoire ; Humanités ; Langues et Lettres ; Science politique ; Sciences de l'homme, anthropologie, ethnologie ; Sciences du langage ; Sciences sociales ; Sociologie

Capacité d'accueil : 20 places

Modalités de sélection : Étude de dossier

Procédure et calendrier national de recrutement via

→ www.monmaster.gouv.fr

- Dépôt des candidatures du 25/02 au 24/03/25
- Examen des candidatures du 31/03 au 01/06/25
- Phase principale d'admission : 02/06 au 17/06/25
- Phase complémentaire : 17/06 au 31/07/25

Critères d'examen du dossier : Un dossier détaillé du cursus suivi par le/la candidat-e permettant notamment d'apprécier les objectifs et les compétences visés par la formation antérieure, accompagné des pièces justificatives demandées.

EN MASTER 2

La formation s'adresse en priorité aux candidat-es ayant validé le Master 1 de la mention à l'Université de Lille.

Renseignez-vous sur les modalités d'accès dérogatoires en Master 2 en consultant le catalogue des formations de l'Université de Lille.

→ La candidature en Master 2 doit être réalisée sur la plateforme de l'Université de Lille : <https://ecandidat.univ-lille.fr>

RESPONSABLE DE LA FORMATION

Responsable du Master JEC

- **Gersende BLANCHARD**
gersende.blanchard@univ-lille.fr

L'ACCOMPAGNEMENT À L'UNIVERSITÉ DE LILLE

S'INFORMER, S'ORIENTER

La direction de l'Oriente est ouverte à tous les publics : informations, conseils et accompagnement, orientation et réorientation, entretiens personnalisés.

- www.univ-lille.fr/formation/sinformer-sorienter

PRÉPARER SON INSERTION PROFESSIONNELLE

La direction Stages et emplois propose aux étudiant-es un accompagnement à l'insertion professionnelle (stage et premier emploi), à l'entrepreneuriat et à la création d'activités.

- www.univ-lille.fr/formation/preparer-son-insertion-professionnelle

OSER L'ALTERNANCE

Pour acquérir simultanément des compétences, un diplôme et une expérience professionnelle, plus de 220 parcours sont proposés en alternance (contrat de professionnalisation ou d'apprentissage).

- <https://formationpro.univ-lille.fr/alternance>

SE FORMER TOUT AU LONG DE LA VIE

Toute l'offre diplômante de l'université est accessible en formation continue. La direction de la formation professionnelle propose des accompagnements individualisés au service de votre projet (VAPP, VAE).

- <https://formationpro.univ-lille.fr/>

ET L'INTERNATIONAL !

Le service des relations internationales accompagne tous les étudiant-es dans leur mobilité : programme d'échanges ou mobilité individuelle, stage, cours de français pour les étudiants internationaux...

- <https://international.univ-lille.fr/>