



Master

Master 1&2

Mention

Information - communication

Parcours

COMMUNICATION DES ORGANISATIONS (CO)

Accessible en formation initiale et possibilité d'alternance en M2



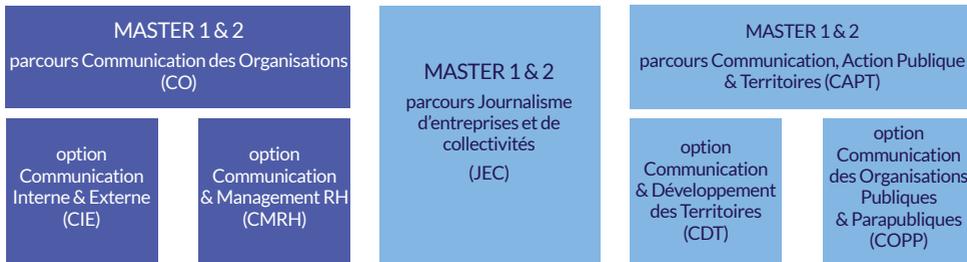
Institut de la communication,
de l'information et du document

 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 devenir un professionnel de la communication des organisations ? Le **Master Information Communication parcours Communication des Organisations (CO)** vous forme à la conception, la coordination et à la mise en œuvre des politiques et stratégies de communication des organisations. Cette formation vous prépare aux métiers actuels de la communication et favorise votre adaptation à leur évolution future.

En M2, le parcours CO propose deux voies de spécialisation :

- la première a vocation à renforcer votre profil de professionnel polyvalent dans les domaines de la communication interne et externe des organisations ;
- la deuxième a vocation à vous préparer au rôle de médiateur entre les instances managériales et leurs équipes, et donc à renforcer votre profil de professionnel à la croisée de la communication interne et du management des ressources humaines.

PRÉ-REQUIS

Pour tous les candidats : 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, justifier d'une expérience** (professionnelle, universitaire, associative) **en lien avec les domaines de la communication** est un atout.

Pour les candidats 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.

Pour les candidats venant d'un parcours qui ne relève pas de l'information-communication et désireux de suivre en M2 la spécialité CMRH : une formation en information-communication de base et non réductible aux techniques d'expression ; une connaissance des organisations et du domaine de la RH (voire une formation dans les domaines relatifs au fonctionnement des organisations : gestion, droit, sociologie, psychologie).

ORGANISATION DE LA FORMATION

2 ANS DE FORMATION organisés en **4 semestres** :

- **En Master 1 :** cours de septembre à fin février puis **stage obligatoire de 3 mois minimum** à partir de début mars.
- **En Master 2 en formation initiale :** cours de début octobre à fin mars (possibilité d'un stage hebdomadaire 2 jours par semaine) puis **stage obligatoire de 3 mois minimum** à partir de début avril.
- **En Master 2 sous contrat de professionnalisation :** 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. A partir d'avril jusqu'en septembre : ils sont à temps plein dans la structure d'accueil.

Les enseignements du master sont organisés autour de **9 blocs de connaissances et de compétences (BCC)**. Chaque BCC représente un ensemble homogène et cohérent d'enseignements visant des connaissances et des compétences complémentaires qui répondent à un objectif précis de formation.

LES ATOUTS DE LA FORMATION

- De nombreux partenariats avec des entreprises et collectivités.
- En Master 2, un parcours réalisable en formation initiale, continue ou en alternance par le biais d'un contrat de professionnalisation ou d'un stage hebdomadaire.
- Des enseignements liés aux recherches du laboratoire GERiICO (laboratoire de recherche en sciences de l'information et de la communication de la région Hauts-de-France : <https://geriico.univ-lille.fr>) de et en lien constant avec le secteur professionnel : interventions de professionnels, projets tuteurés, études de cas, 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 GERiICO) 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 appréciables.

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 équipées 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 CO

BCC 1	Outils et pratiques Infographie / Réseaux sociaux numériques et community management / Écritures audiovisuelles / Conception de projets numériques		
BCC 3	Communication, Médias, Techniques et Société Espace public, politique et médias / Innovations technologiques et changement social / Dispositifs audiovisuels de communication	Outils conceptuels et analyse des situations Sociologie des organisations et communication / Droit du travail, droit social / Économie d'entreprise, économie du travail / Psychologie et organisation : enjeux communicationnels	
BCC 4	Études et recherches en communication Approche du domaine des SIC / Séminaire d'initiation à la recherche / Méthodes et techniques d'enquêtes / Politiques et stratégies de communication	Projet de l'étudiant : études et recherches en communication Mémoire intermédiaire d'initiation à la recherche / Enquête(s)	
BCC 5	Discours, supports, langues Analyse de discours / Situations de communication / Anglais (LV1) / LV2 (allemand confirmé ou espagnol confirmé ou anglais renforcé)	Communication des organisations : enjeux et stratégies Marketing et enjeux de la marque : marque commerciale, marque institutionnelle, et marque employeur / Politiques et stratégies de communication : études de cas / Communication agence	Pratiques et stratégies de la communication en contexte de travail Enjeux de la communication interne / Management RH / Écrits du/au travail
BCC 6	Projet de l'étudiant Découverte de secteurs professionnels, de métiers ou de fonctions / Conduite de projets de communication / Mobilité internationale / La recherche et le métier de chercheur (en SIC)		
BCC 7	Projet de l'étudiant : Stage		

MASTER 2 CO

	Option CIE		Option CMRH		Option CIE & CMRH
BCC 2	Problématiques et stratégies de communication des organisations Communication externe/ agence / Stratégie et enjeux de la comm.publique / Gestion de projets audiovisuels/ Gestion stratégie social Media	BCC 2	Problématiques et stratégies de communication des organisations Droit social et actualités juridiques / Sociologie du travail et questions RH/ Stratégie de gestion des RH/ Conférences RH	BCC 1	Pratiques de communication Mises en situation (media-training, conduite de réunion..) / Communication numérique : blogging et réseaux sociaux / Gestion de projet multimédia
BCC 3		BCC 9		BCC 4	
BCC 5	Mutations contemporaines des organisations Les organisations en mutation / Technologies et organisations / Mutations de/dans l'espace public / Médiation culturelle, développement culturel		Communication sociale et management RH Communication et management interculturel / Communication de crise / Négociation et communication sociales Mutations contemporaines des organisations : discours, technologies, management Technologie de la communication appliquée à la RH et transformations managériales / Ecrits et discours au travail / Audiovisuel et multimédia d'entreprise	BCC 6	Régulation de la communication Droit de la communication / Gestion des budgets / Audit de la communication et évaluation
				BCC 8	
	Management de la communication Communication de crise / Marketing des services / Internationalisation de la communication				Stage d'étude-conseil

COMPÉTENCES VISÉES

BCC 1 : Maîtriser les outils de communication numériques et audiovisuels

- Capacité de lecture esthétique des productions communicationnelles
- Maîtrise de la conception de l'écriture et de la réalisation de projets de communication de commande

BCC 2 : Maîtriser la gestion de projets de communication

- Maîtrise et capacité à mobiliser les cadres normatifs impliqués dans la mise en oeuvre de politiques et d'actions de communication (cadre juridique et budgétaire, audit)
- Conception et gestion de projets
- Capacité d'analyse des enjeux de la communication dans son rapport au management RH, à partir d'un cadre conceptuel et pratique issu de la RH, du droit et de la sociologie (CMRH)

BCC 3 : Conduire une analyse réflexive et distanciée des problématiques et enjeux de la communication

- Maîtrise des problématiques de communication dans des environnements socio-professionnels, culturels et techniques complexes et variés
- Capacité de gestion de la fonction communication des organisations et des activités de communication dans des secteurs professionnels variés depuis un cadre conceptuel relevant des SHS (sociologie, psychologie, droit, économie d'entreprise)
- Maîtrise des enjeux sociaux, organisationnels, technologiques des mutations qui touchent les organisations (CIE)

BCC 4 : Construire et mener un projet de recherche en SIC

- Capacité d'appréhender des problématiques communicationnelles dans des environnements professionnels divers, à partir d'une approche scientifique et d'une approche stratégique de la communication
- Maîtrise du processus d'élaboration d'un travail de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication
- Capacité de transfert d'une méthodologie de recherche issue de la démarche scientifique dans une activité de conseil
- Compétences linguistiques en lien avec la recherche et l'activité communicationnelle

BCC 5 : Maîtriser les enjeux et les stratégies de communication

- Aptitude à appréhender des situations de communication à travers les cadres socio-institutionnels dans lesquelles elles s'insèrent
- Communiquer dans une langue étrangère dans des environnements socioprofessionnels et culturels variés
- Savoir-faire opérationnel en communication, dans les services intégrés dans des organisations, ou en agence de communication.gérer la fonction communication d'organisations appartenant à des univers variés, élaborer et mettre en oeuvre des stratégies et des actions de communication en mobilisant les spécialistes professionnels et les partie-prenantes
- Maîtrise de la communication à partir de certains outils, du point de vue de leurs usages, des modes de production et d'écritures associés (CIE)

BCC 6 : Construire son projet professionnel

- Capacité de discernement, d'analyse du champ des possibles professionnels en vue d'affiner le projet et faciliter l'insertion professionnelle
- Mise à l'épreuve des connaissances, des compétences techniques et d'un ethos professionnel (depuis une posture de conseil en communication) à partir d'une étude de cas.

BCC 7 : Développer son expérience professionnelle opérationnelle de la communication

- Compétences issues d'un stage opérationnel, variables selon les missions et les responsabilités données : cette première intégration professionnelle permet un renforcement de compétences techniques (maîtrise des outils, rédactionnel, créativité) et relationnelles (confiance en soi, diplomatie, travail en équipe, disponibilité, prise de parole), et participe d'un processus de socialisation professionnelle, et de la construction d'une posture éthique

BCC 8 : Développer son expérience professionnelle stratégique de la communication

- Compétences issues d'un stage d'étude-conseil, variables selon le contenu et l'ampleur de la mission d'étude : cette deuxième intégration professionnelle permet plus particulièrement un renforcement des compétences analytiques, stratégiques, critique, méthodologiques, interprétative, de force de proposition, de créativité, et le renforcement d'un ethos professionnel. Elle poursuit également le processus de socialisation professionnelle, et la construction d'une posture éthique

BCC 9 : Analyser les enjeux et concevoir la mise en oeuvre de la communication en appui de la RH

- Capacités d'analyse des usages et enjeux (sociaux, politiques, organisationnels, managériaux) des technologies et médias au service de la communication interne et des RH (CMRH)
- Capacités à apporter une réponse communicationnelle à des décisions, des situations ou des événements générateurs de crises et/ou de conflits (CMRH)

INSERTION PROFESSIONNELLE

SECTEURS D'ACTIVITÉS

- Entreprises : industrie, commerce, médias, pub...
- Collectivités
- Secteur Culturel
- Secteur de la formation
- Agences de conseil en communication
- Agences et organisations de conseil (communication interne, GRH, recrutement, formation, audit, conditions de travail, prévention/santé, etc...)
- Événementiel
- Maisons de production audiovisuelle...

TYPE D'EMPLOI

Plus spécifiquement pour l'option CIE en M2 :

- Chargé-e, responsable ou directeur-trice de la communication interne/externe
- Responsable Relations Publiques
- Consultant-e en communication
- Chef -fe de projet (agences, collectivités...)
- Chargé-e de relations publiques, de communication événementielle, attaché de presse...

Plus spécifiquement pour l'option CMRH en M2 :

- Chargé-e, responsable ou directeur de la communication interne/sociale
- Chargé-e de relations sociales
- Consultant-e en RH et communication interne
- Adjoint-e au DRH
- Chef-fe de projet système d'information (intranet, réseaux sociaux d'entreprises);
- Responsable de pôle/service (développement des carrières, formation, recrutement)...

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 CO

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 : 40 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>

RESPONSABLES DE LA FORMATION

Responsable du Master CO option CIE

Stéphane BENASSI

stephane.benassi@univ-lille.fr

Responsable du Master CO option CMRH

Thomas HELLER

thomas.heller@univ-lille.fr

L'ACCOMPAGNEMENT À L'UNIVERSITÉ DE LILLE S'INFORMER, S'ORIENTER

La direction de l'Orientation est ouvert 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/>