

MASTER 2 COMMUNICATION DES ORGANISATIONS - COMMUNICATION SOCIALE ET MANAGEMENT DE L'INFORMATION DANS LES ORGANISATIONS

· MASTER 2 COMMUNICATION DES ORGANISATIONS - COMMUNICATION SOCIALE ET MANAGEMENT DE L'INFORMATION DANS LES ORGANISATIONS

Le parcours "Communication sociale et management de l'information dans les organisations" répond avant tout à des objectifs de professionnalisation des étudiants.

Présentation

Le parcours "Communication sociale et management de l'information dans les organisations" répond avant tout à des objectifs de professionnalisation des étudiants. Accessoirement, par le travail des enseignants-chercheurs, par la réalisation de quelques (rares) rapports de stage orientés vers la recherche, elle peut entretenir des liens avec la recherche mais ce n'est évidemment pas sa cible ou son objectif principal.

Cette spécialité se propose donc de former des spécialistes de la communication sociale et du management de l'information intervenant dans le cadre d'organisations privées et publiques. Elle offre ainsi à des étudiants formés aux Sciences Humaines et Sociales (SHS) des débouchés au sein du vaste domaine des métiers de la communication.

Spécificités

Stage obligatoire Durée : 4 mois minimum Date de début : à partir de février

Candidature

Modalités de candidature

Consulter la rubrique Admission de [M1 Communication des organisations](#)

Et après ?

Activités visées / compétences attestées

La formation permet aux étudiants de mieux comprendre, au travers du prisme de la marque, les transformations qui affectent les sociétés contemporaines, notamment dans les relations entre économie et communication.

Infos clés et site web

Lieu de la formation

- Campus Porte des Alpes (PDA)

Durée de la formation

500

Responsable(s) de la formation

[Julien Auboussier](#)

Contact secrétariat

[Fatima QOUIQA](#)
Tél. : 04.78.77.24.83

Coût de la formation

Droits d'inscription 2020 /2021 en Master 243 euros + Contribution Vie Étudiante et de Campus (CVEC) 92 euros.

La formation aide également les étudiants à acquérir une maîtrise opérationnelle et stratégique de la mise en œuvre de politiques de marque.

Connaissances à acquérir

- Le contrat pédagogique du parcours "Communication et stratégie de marque" se donne comme principales perspectives :
- D'assurer une compréhension de la logique de marque sous tous ses aspects (marketing, communicationnels, culturels, sociétaux).
- De garantir une synergie opérationnelle entre la théorie et la pratique.
- L'analyse de cas concrets en collaboration avec les entreprises.
- De fournir aux étudiants l'expertise nécessaire pour la réalisation d'un audit de marque.
- De s'inscrire dans une perspective multidisciplinaire.

Secteur(s) d'activités ou types d'emploi accessibles

Les emplois effectivement occupés sont par exemple : conseil en stratégie de marque (indépendant ou en agence) ; chargé d'études en institut d'études ou en entreprise ; planneur stratégique en agence de communication ; responsable marketing en entreprise.

Presque un quart des étudiants se voit proposer un contrat en CDI avant la fin du stage.