Parcours Master en stratégies de communication internationale

Master Information, communication

Composante
UFR Langues et Communication

Présentation

Le master MASCI (Master en stratégies de communication internationale) permet aux étudiants d'acquérir une double compétence, d'une part en contexte international, avec un profil interculturel, et en stratégies de communication, du diagnostic et de la problématique jusqu'à la partie opérationnelle du plan et des actions de communication.

Objectifs

Il s'agit de former les étudiants à la culture et aux métiers de la communication, en général, en mettant particulièrement l'accent sur la réflexion stratégique. L'objectif est de concilier une approche théorique de la communication avec ses concepts et ses outils, au travers d'enseignements universitaires, avec la pratique des métiers grâce à l'apport de professionnels de la communication (directeurs d'agence, chargés de communication interne et externe, concepteurs-rédacteurs, etc.) et d'une mise en situation au sein de la Junior Agence MASCI

Capacité d'accueil globale : 20 étudiants

Compétences acquises

Macro-compétences :

- Appréhender, maîtriser, appliquer et développer des stratégies de communication dans un environnement complexe
- Décrypter et déployer des stratégies communicationnelles dans des situations professionnelles en contextes internationaux
- Analyser et mobiliser des outils communicationnels relatifs aux campagnes de communication internationales et interculturelles
- Appréhender et mobiliser des méthodes d'analyse de fonctionnement du monde professionnel
- Maîtriser et mobiliser les enjeux de compétences graphiques et digitales liés à la communication

Organisation

Contrôle des connaissances

Les règles applicables aux études LMD sont précisées dans le Référentiel commun des études mis en ligne sur le site internet de l'Université

Règles de validation et de capitalisation :

COMPENSATION

Possibilité de compenser entre les micro-compétences d'une même macro-compétence, entre les différentes macro-compétences et entre les semestres.

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 22 décembre 2023

CAPITALISATION

Chaque unité d'enseignement est affectée d'une valeur en crédits européens (ECTS). Une UE est validée et capitalisable, c'est-à-dire définitivement acquise lorsque l'étudiant a obtenu une moyenne pondérée supérieure ou égale à 10 sur 20 par compensation entre chaque matière de l'UE. Chaque UE validée permet à l'étudiant d'acquérir les crédits européens correspondants. Si les éléments (matières) constitutifs des UE non validées ont une valeur en crédits européens, ils sont également capitalisables lorsque les notes obtenues à ces éléments sont supérieures ou égales à 10 sur 20.

Modalités de Contrôle des Connaissances:

Contrôle Terminal (CT)

Il s'agit d'une évaluation qui a lieu à la fin du semestre lors des sessions d'examens.

Contrôle Continu (CC)

Il s'agit d'une évaluation au cours du semestre.

Lorsque l'UE ou la matière est évaluée intégralement en contrôle continu, l'évaluation doit intervenir à intervalles pertinents et revêt des formes variées. Les UE ou enseignements de plus de vingt heures, projets et stages exceptés, comporteront au minimum 3 évaluations. Les UE ou enseignements de moins de vingt heures, projets et stages exceptés, comporteront au minimum 2 évaluations.

Organisation des examens

Les examens seront organisés tout au long de l'année. Soutenance du rapport d'alternance en juillet et en septembre.

Pas de session de rattrapage.

En cas de redoublement, l'étudiant devra se présenter à tous les examens des matières composant une UE non validée.

Redoublement uniquement sur proposition du jury.

Certification à la langue des affaires:

A la fin du M2, passage obligatoire d'une certification à la langue des affaires (niveau B2). Certification obligatoire dans le cadre de la validation du diplôme. Langue à choisir parmi : Allemand, Espagnol et Italien.

Assiduité

Investissement obligatoire dans les activités de la Junior Agence MASCI et à toutes les manifestations en rapport avec le Master.
Présence obligatoire à tous les cours. En cas d'absence, un justificatif médical sera demandé. Sans justificatif, le candidat sera déclaré défaillant et aucun calcul de moyenne ne sera effectué.

Ouvert en alternance

En M2 : 1 semaine sur 2 de septembre à mars puis à temps plein - calendrier établi par SEFCA

Admission

Conditions d'accès

Par validation d'acquis ou équivalence de diplôme

En formation initiale : s'adresser à la scolarité organisatrice de la formation

En formation continue : s'adresser au service de formation continue de l'université

Modalités de candidatures

L'accès en première année de Master MASCI se fait uniquement sur dossier et entretien.

Les étudiants doivent utiliser la plateforme Mon Master.

Une commission se réunit pour étudier les dossiers. Les candidats dont le dossier a été retenu sont convoqués pour

une audition devant un jury composé d'enseignants et de professionnels.

A l'issue de ces entretiens, une liste principale d'étudiants admis est établie ainsi qu'une liste complémentaire.

Public cible

* Licences en Sciences de l'information et de la communication
* Licence LEA
* Licences avec un socle important en Sciences de l'information et de la communication

Attendus / Pré-requis

* Maîtriser l'anglais
* Maîtriser les règles de la conception et de la diffusion de contenus de communication
* Développer une conscience critique des savoirs
* Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces donnée

Et après

Poursuite d'études

La première année de master prépare les étudiants à la deuxième année du MASCI et aussi aux concours d'admission à d'autres formations.

Débouchés professionnels

Les métiers de la communication en agence, entreprise, institution, association#: chargé de communication, planneur stratégique, community manager, responsable d'études qualitatives, chargé d'études et veille, média planner, conseil en communication multimédia et stratégies interactives, chargé de communication corporate, de communication événementielle, responsable de communication interne, responsable communication externe, directeur de la communication, responsable communication ou relations internationales, du développement durable, responsable RSE, responsable de marque, de produit, etc.

Infos pratiques

Contacts

Responsable de formation

Clementine Hugol-Gential

Clementine.Hugol-Gential@u-bourgogne.fr

Responsable de formation

Estera-Tabita Badau

Estera-Tabita.Badau@u-bourgogne.fr

Scolarité

Matthieu BOILLEREAU

0380395674

scolarite.lea@u-bourgogne.fr

Secrétariat pédagogique

Anne TRACHEZ

03.80.39.56.11

secretariat.lea.master@u-bourgogne.fr

Campus

Campus de Dijon

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 22 décembre 2023

Programme

Master 1

MASCI1 S1

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE1 - Langue anglaise	UE			30h			6
Communication professionnelle (écrit)	TD			18h			
Communication professionnelle (Oral)	TD			12h			
UE2 - Communication et internationalisation	UE			45h			6
Campagnes de communication internationales	TD			18h			
Communication et internationalisation des secteurs professionnels	TD			12h			
LV2 au choix : Allemand ou Espagnol ou italien	TD			15h			
UE3 - Connaissances du monde professionnel	UE		18h	24h			6
Cultures et postures professionnelles de la communication	TD			24h			
Marketing	CM		18h				
UE4 - Numérique et création	UE			36h			6
Gestion de sites internet et communication on-line	TD			12h			
Création graphique	TD						
UE5 - Communication et réflexions stratégiques	UE		30h	30h			6
Analyse et enjeux de la communication	CM		18h				
Analyse stratégique	Matière		12h	6h			
Fondements stratégiques de la communication	TD			24h			

MASCI1 S2

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE1 - Culture et communication interculturelle	UE		15h				6
Cultures internationales	CM			6h			
Communication interculturelle	CM		9h				
UE2 - Méthodes et réflexions stratégiques internationales	UE		34h				6
Conduite stratégique de projets de communication	CM		22h				
Communication digitale des marques	CM		12h				
UE3 - Connaissances et pratiques du monde professionnel	UE			24h			6
Communication chez l'annonceur	TD			12h			
Communication en agence	TD			12h			
UE4 - Professionnalisation Junior Agence	UE			24h			6
Professionnalisation et stratégies	TD			24h			
UE5 - Stage de communication	UE			20h			6

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 22 décembre 2023

Analyse des pratiques professionnelles	CM			20h			

Master 2

MASCI2 S3

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE1 - Communication et stratégie	UE		12h	20h			6
Approche stratégique	Matière		6h	10h			
Planning stratégique	Matière		6h	10h			
UE2 - Sciences de l'information et de la communication	UE			36h			6
Introduction à la recherche	TD			18h			
Savoirs et méthodes	TD			18h			
UE3 - Mises en pratiques professionnelles	UE			24h			6
Compétences et métiers	TD			18h			
Outils et supports	TD			6h			
UE4 - Communication internationale	UE		18h	57h			6
Stratégies à l'international	CM		18h				
Campagnes à l'international	TD			12h			
Situations professionnelles en anglais	TD			30h			
LV2 au choix : Allemand ou Espagnol ou italien	TD			15h			
UE5 - Posture professionnelle	UE		20h				6
Compétences oral	CM		8h				
Communication professionnelle	TD			12h			

MASCI2 S4

	Nature	CMI	CM	TD	TP	TER	ECTS
UE1 - Discours et stratégie	UE			38h			6
Stratégies de messages	TD			19h			
Stratégies et organisations	TD			19h			
UE2 - Communication interculturelle	UE		12h	30h			6
Clés pour l'interculturel	CM		12h				
Etudes de cas	TD			30h			
UE3 - Numérique et création	UE		12h	24h			6
Créations graphiques	TD			24h			
Community management	CM			12h			
UE4 - Monde professionnel	UE			60h			6
Junior Agence	TD			30h			
Bilan d'expérience	TD			30h			
UE5 - Alternance : analyse de l'activité	UE						6

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 22 décembre 2023