



Master Information, Communication parcours Communication digitale et éditoriale

Master Information, communication

 ECTS
120 crédits

 Durée
2 ans

 Composante
UFR Ingémédia
- InfoCom

Présentation

Le **Master mention Information, Communication Parcours Communication Digitale et Éditoriale** forme les futurs professionnels de la communication numérique et des médias. Il permet de développer des compétences en communication stratégique et d'influence, en création de contenus et techniques numériques.

Objectifs

La formation permet de concevoir et déployer une stratégie globale de communication, une stratégie de communication digitale et de développement de contenus. Elle intègre la maîtrise de la création et de l'animation de contenus numériques en exploitant la diversité des opportunités médiatiques. Elle appréhende, également, la modification des pratiques professionnelles liées à l'usage des intelligences artificielles génératives.

Le master Communication Digitale et Éditoriale a pour vocation de former des stratèges de la communication en capacité de se saisir de l'évolution des comportements et des usages. Les compétences professionnelles développées au cours du cursus sont mobilisées pour mener à bien une diversité de projets de communication et de productions éditoriales conciliant créativité, responsabilité et innovation.

Savoir-faire et compétences

Dans le cadre des cours, TD et ateliers du Master mention Information, Communication Parcours Communication Digitale et Éditoriale, les étudiants sont amenés à :

Développer des compétences professionnelles et pratiques :

- * Auditer la communication et les contenus numériques
- * Établir une stratégie de communication : globale, internationale, digitale, d'influence, de marque (*branding* et employeur), éditoriale, responsable.
- * Définir et mettre en œuvre une stratégie Social Média (Storytelling, gestion/animation de communautés, actions/rerelations avec les influenceurs)
- * Savoir communiquer en temps de crise (risques réputationnels, stratégie/méthodologie)
- * Réaliser des plans de communication et des campagnes de communication
- * Maîtriser la création, la gestion et l'animation de contenus numériques : écriture numérique, technologie web, structuration et publication de contenus
- * Concevoir et réaliser des vidéos pour le digital (écriture de scénario, réalisation audiovisuelle, post-production)
- * Réaliser des projets de base en design graphique et digital
- * Pratiquer les techniques de base du journalisme (rédactionnelles, interviews et reportages)
- * Bâtir une stratégie de référencement et générer du trafic
- * Mesurer l'audience et évaluer les résultats
- * Gérer un projet numérique.

Mettre en œuvre des compétences méthodologiques (approches collaboratives et créatives) :

En première et deuxième année de master Communication Digitale et Éditoriale, les étudiants sont mis en situation

professionnelle dans le cadre de projets de réalisations collectives en partenariat avec des entreprises, des collectivités, des organisations culturelles, ...

Acquérir une démarche scientifique en Sciences de l'Information et de la Communication :

L'enjeu principal est de transmettre des connaissances théoriques en Sciences de l'Information et de la Communication, afin de développer les capacités d'analyse et le sens critique des étudiants. Ils sont amenés à questionner le rôle des technologies de l'information et de la communication dans leur globalité et leur complexité (possibilité de poursuite d'études en formation doctorale).

Dimension internationale

Programmes de coopération « formation » : les étudiants de l'UFR Ingémédia peuvent effectuer une partie (un semestre ou une année) de leur cursus à l'international (Erasmus et universités partenaires hors Europe) et accueil dans les formations de l'UFR, d'étudiants en provenance de l'international.

Accords Erasmus : Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, Estonie, Hongrie, Irlande, Italie, Grèce, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République Tchèque, Roumanie, Slovaquie.

Avec en particulier : Haute École Albert JACQUARD (Namur, Belgique), University of Paisley (Écosse), University of Napier (Écosse), University of Heriot Watt (Écosse), University of Glamorgan (Pays de Galles), University of Glamorgan (Pays de Galles), University of Tralee (Irlande).

Autres : Université de Sherbrooke (Canada), University of Technology Sydney, Université Nationale du Vietnam Hanoï (Master Communication Digitale et Éditoriale délocalisé), Université de Maputo, Mozambique (double diplôme).

Stages à l'étranger : Allemagne, Angleterre, Irlande, Pays de Galles, Espagne, Italie, Roumanie, Australie, Nouvelle Zélande, États-Unis, Canada, ...

Organisation

Contrôle des connaissances

contrôles continus, examens terminaux, mémoires de stage et soutenances, mémoire académique.

Aménagements particuliers

- * Possibilité de faire une année de césure entre les deux années de master.
- * La formation ne prévoit pas d'aménagement d'horaire pour des étudiants en situation d'emploi.

Stages

Stage : Obligatoire

- * en M1 (12 semaines),
- * en M2 (16 semaines).

Les stages favorisent l'insertion professionnelle immédiate des étudiants. Un stage recherche peut permettre d'avoir l'opportunité de poursuivre en thèse sous réserve de validation par l'École Doctorale.

Admission

Conditions d'admission

- * **En M1 :** Aucun accès direct : les candidatures en M1 se font sur la plateforme nationale [monmaster.gouv.fr](https://www.monmaster.gouv.fr) sur <https://www.monmaster.gouv.fr/>
- * **En M2 :**

Étudiants inscrits à l'Université de Toulon : vous validez votre M1 : vous pourrez vous réinscrire en ligne au niveau M2 de la même mention même parcours après obtention de vos résultats définitifs (1re et 2e sessions).

- **Étudiants venant d'une autre université ou d'un M1 d'une autre mention ou d'un autre parcours de la même mention** : vous n'avez pas d'accès direct au niveau M2, vous devez renseigner [🔗](#) un dossier d'admission sur eCandidat.

Renseignements sur le site de l'université de Toulon ou sur le site [🔗](#) www.ingemedia.net

Modalités d'inscription

Les inscriptions administratives sont exclusivement en ligne, ouvertes sur 2 périodes : en juillet puis de fin août au 30 sept. Selon votre profil, les modalités d'inscription sont différentes. Consultez notre site web Rubrique Inscription : [🔗](#) www.univ-tln.fr

Droits de scolarité

Retrouvez les montants des droits d'inscriptions sur notre site web : [🔗](#) <https://www.univ-tln.fr/Inscription-Montants-des-droits-d-inscriptions.html>

Et après

Poursuite d'études

Poursuite d'études à l'Université de Toulon : (à l'issue de chaque niveau d'études)

- * Après le M1 mention Information Communication : poursuite d'études en Master 2 Information et Communication parcours Communication digitale et éditoriale.
- * Après le Master 2 Information et Communication parcours Communication digitale et éditoriale : possibilité de poursuite d'études en formation doctorale sous réserve de validation par l'École Doctorale.

Débouchés professionnels

- * Responsable et chargé de communication,
- * Responsable de la communication digitale,
- * Responsable éditorial,
- * Brand manager,
- * Content manager,
- * Chef de publicité,
- * Social Média manager,
- * Community manager,
- * Chef de projets web marketing,
- * Chef de projet digital,
- * Chef de projet SEO,
- * Chargé de référencement,
- * Chargé d'études média,
- * Concepteur-rédacteur multimédia,
- * Planner stratégique,
- * Narrative Designer,
- * Trafic Manager.

Secteurs d'activité :

- * Agences de communication, Web Agency, agences Média, agences Social Média, agences événementielles, régies publicitaires...
- * Direction de communication des entreprises, des établissements publics, des collectivités, des institutions, associations et ONG...
- * Médias et plateformes

Infos pratiques

Contacts

UFR Ingemedia

[📞](#) 04 83 36 63 28

[✉](mailto:ufr-ingemedia@univ-tln.fr) ufr-ingemedia@univ-tln.fr

Campus

 Campus Toulon

Programme

Organisation

Contenus des enseignements bientôt en ligne

Première et deuxième année de master :

- * Acquisition des fondamentaux : cours transversaux en Sciences de l'Information et de la Communication
- * Enseignements de spécialisation et spécifiques au parcours : cours, TD et ateliers
- * Projets de production numérique : réalisations collectives en partenariat avec des entreprises, des collectivités et des organisations culturelles.
- * Stages : en M1 (12 semaines), en M2 (16 semaines). Les stages favorisent l'insertion professionnelle immédiate des étudiants. Un stage recherche peut permettre d'avoir l'opportunité de poursuivre en thèse sous réserve de validation par l'École Doctorale.

Master 1 Information, Communication parcours Communication Digitale et Éditoriale

Semestre 7 Master 1 Information Communication - CDE

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE 71 Fondamentaux des SIC	UE				6
Industries culturelles et créatives numériques	EC				2
Théories & pratiques scientifiques en SIC	EC				2
Humanités et environnements numériques	EC				2
UE 72 Communication information Management numérique	UE				10
Management de projets numériques	EC				2
Stratégies de communication	EC				2
Littératie & visualisation des données (IA)	EC				2
Communication environnementale	EC				1
Médias et numérique	EC				1
Environnement juridique	EC				1
Anglais	EC				1
UE 73 Spécialisation Communication digitale & éditoriale	UE				10
Production de contenus vidéos	EC				1
Contenus pour réseaux sociaux numériques	EC				1
Communication digitale & éditoriale	EC				2
Développement & référencement	EC				2
Design graphique	EC				2
Analyse critique des médias	EC				1
Communication & storytelling	EC				1
UE 74 Réalisations collectives	UE				4
Conception & cadrage des projets	EC				4

Semestre 8 Master 1 Information Communicatio - CDE

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE 81 Communication information & managementt numérique	UE				11
Approches méthodologiques & épistémologie des SIC	EC				2
Stratégies de l'information	EC				2
Stratégies de communication	EC				2
Enjeux socioculturels contemporains	EC				2
Management des réseaux sociaux numériques	EC				2
Anglais	EC				1
UE 82 Réalisations collectives	UE				4
Dossier de production	EC				2
Soutenance de projet	EC				2
Encadrement de projet	EC				
UE 83 Spécialisation Communication Digitale & Editoriale	UE				5
Ecriture journalistique	EC				1
Communication digitale & éditoriale	EC				1
Ecritures transmédia	EC				1
Creation de trafic & mesures des performances	EC				1
Production de contenus audiovisuels	EC				1
UE 84 Stage & sensibilisation à la recherche	UE				10
Stage professionnel	EC				8
Sensibilisation à la recherche	EC				2

Master 2 Information, Communication parcours Communication Digitale et Éditoriale

Semestre 10 Master 2 Information Communication CDE

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE 101 Projet réalisation collective	UE				10
Dossier de production	EC				5
Soutenance de projet	EC				5
Encadrement de projet	EC				
UE 102 Méthodologie stage, mémoire	UE				20
Stage	EC				10
Mémoire	EC				10

Semestre 9 Master 2 information communication CDE

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
UE 91 Fondamentaux des SIC	UE				6
Industries culturelles et créatives	EC				2
Théories et pratiques scientifiques en SIC	EC				2

Humanités et environnement numériques	EC	2
UE 92 Enseignements mutualisés mention info com	UE	8
Ethique et numérique	EC	2
Innovation et économie digitale	EC	2
Stratégie et Communication	EC	2
Anglais	EC	2
UE 93 Enseignements parcours CDE	UE	10
Production de contenus audiovisuels	EC	2
Management des réseaux sociaux	EC	1
Communication digitale & éditoriale	EC	3
Transformation numérique de la société	EC	1
Écritures numériques	EC	1
Écritures journalistiques	EC	1
Design graphique, U/X et U/I	EC	1
UE 94 Réalisations collectives	UE	6
Conception & cadrage des projets	EC	6