Université
BORDEAUX
MONTAIGNE

DIPLÔME NATIONAL DE MASTER CONTRÔLÉ PAR L'ÉTAT

Master

Communication et générations : étude des publics

Mention : Information, communication

Présentation de la formation

Vous souhaitez participer à l'élaboration et à la conduite de projets communicationnels envers les enfants, les jeunes, les seniors… ? Créer du contenu médiatique pour des tout-petits, pour des personnes âgées… ? Promouvoir des projets intergénérationnels ? Conceptualiser un événementiel ou une campagne digitale pour la génération « Y » ou la génération « Z » ? …

Unique en France, le master **Communication et Générations : étude des publics**, vous permet, depuis 1992, en collaboration avec des partenaires du monde socioéconomique, d'acquérir cette **double compétence en communication et sur les publics** (en formation initiale ou en alternance [en M2]).

Organisation

La formation se déroule sur **4 semestres** organisés autour d'**unités d'enseignement (UE)**.

- Cette organisation par semestre permet un **apprentissage par pallier** : des bases théoriques à la gestion de projets en autonomie, en passant par des applications professionnelles en lien avec des partenaires extérieurs.
- Les **stages** se déroulent au 2nd (en M1) et 4e semestre (en M2).
- Chaque UE représente un ensemble homogène et cohérent d'enseignements visant des **connaissances et des compétences complémentaires** qui répondent à l'objectif précis de formation : croiser les problématiques et enjeux de la communication et la sociologie des publics.

UFR : Sciences des Territoires et de la Communication
Durée de la formation : 2 ans
Langue d'enseignement : Français
ECTS : 120 crédits

Objectifs

L'expertise des publics étant un véritable atout pour les métiers de la communication, le master Communication et Générations : étude des publics se fixe, à l'égard des étudiant·e·s, les objectifs suivants :

- **leur apprendre** à conduire une analyse réflexive, distanciée et croisée des enjeux de la communication et de l'approche générationnelle ;
- **leur apprendre** à conceptualiser des stratégies de communication complexes et adaptées aux différents publics-cibles ;
- **leur apporter** suffisamment de savoirs pour appréhender les publics selon leur âge, cycle de vie ou génération d'appartenance.

Partenaire(s)

- Partenariat socio-professionnel avec des collectivités territoriales, des institutions culturelles, des associations professionnelles…

Compétences

Le master permet d'acquérir des **compétences méthodologiques** pour construire et mener un projet de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication.

En collaboration avec un réseau d'une trentaine de professionnels, un nombre important d'outils et de pratiques applicatives participent à l'acquisition de **compétences préprofessionnelles**.
L'étudiant·e apprend à :

- développer son expérience professionnelle opérationnelle de la communication, réflexive et stratégique ;
- préparer son insertion professionnelle et construire son projet en lien avec l'expertise des publics ;
- mobiliser les outils et moyens adaptés aux différents publics pour piloter et déployer un plan d'actions de communication ;
- connaître des contextes professionnels grâce à la veille informationnelle et la construction de son identité numérique.

International

Les étudiant·e·s ont la possibilité d'effectuer des stages à l'étranger.

La direction des relations internationales est votre interlocuteur principal dans l'élaboration et la réalisation de votre projet de mobilité.

Adossement recherche

Le master s'appuie sur les recherches menées au sein de l'Unité de Recherche MICA. Les étudiant·e·s réalisent un mémoire de recherche appliquée en communication générationnelle (début en M1 et finalisation en M2).

Applications professionnelles

Projets tutorés

Participation à des projets commandités par des organisations extérieures où tous les pans de la communication sont à exploiter.

Stages obligatoires

- En France ou à l'étranger dans toutes structures au sein desquelles des missions de communication, en lien avec les publics, sont proposées.
- M1 : 4 mois (entre début avril et fin août).
- M2 (en formation initiale) : 6 mois à partir de janvier.

Alternance en M2

- Contrat d'une durée de 10 à 12 mois.
- Acquisition de compétences dans les organisations socio-économiques et à l'Université.
- Temps en formation (30%) / en structure d'accueil (70%).

Association(s) de filière

Le master bénéficie du soutien de son association de filière : **l'Association Générations**. Composée d'ancien·ne·s et actuel·le·s étudiant·e·s, elle entretient une forte cohésion et un esprit de solidarité entre ses membres. *Via* différents moyens de communication, elle partage notamment des offres de stages, d'alternance et d'emplois grâce à un réseau d'ancien·ne·s actif (annuaire édité depuis 2013 et réseau social interne).

Association Générations : http://asso-generations.fr/

Insertion professionnelle

- L'ouverture à l'**alternance** (en 2e année) et les **stages obligatoires** (en 1re et 2e année) facilitent l'insertion professionnelle.
- **Emplois occupés :** assistant·e de communication, chargé·e de communication, webmaster/community manager, chargé·e de projet édition et événementiel, manager animation et communication, responsable partenariats, chargé.e des relations avec les publics.
- **Type d'organisations :** agences de communication, collectivités territoriales, médias, associations, entreprises du secteur privé, organisations du secteur public, institutions culturelles

Conditions d'accès
et procédures d'admission

sont consultables via l'URL ci-dessous.

Plus d'infos

http://ubxm.fr/mastercomgenerations

Contact

Contact administratif :
master-stc-isic@u-bordeaux-montaigne.fr

L'Université Bordeaux Montaigne dispense des formations en Arts, Langues, Lettres, Sciences humaines et sociales.

https://formations.u-bordeaux-montaigne.fr/
https://www.u-bordeaux-montaigne.fr/

Direction de la communication - Composition impression DSIN-PPI Bordeaux Montaigne - Septembre 2022