SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

Master Communication et générations : étude des publics

Information, communication

Niveau d'étude visé
BAC +5

ECTS
120 crédits

Durée
2 ans

Composante(s)
UFR Sciences des Territoires et de la Communication, CFA Bordeaux Montaigne

Langue(s) d'enseignement
Français

Parcours proposés

- Master 1 Communication et générations : étude des publics
- Master 2 Communication et générations : étude des publics

Présentation

La mention Information-Communication s'inscrit dans le champ disciplinaire des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC - 71ème section du CNU). Elle comporte 2 parcours qui préparent aux spécificités professionnelles des métiers de la communication:

1. Parcours Sémiologie et Communication : Transitions des mondes (SCT)

2. Parcours Communication et Générations : étude des publics (CG)

Une UE commune aux deux parcours permet d'acquérir et/ou d'approfondir à la fois les différents courants théoriques et la méthodologie de recherche en SIC.

Objectifs

Vous souhaitez participer à l'élaboration et à la conduite de projets communicationnels envers les enfants, les jeunes, les seniors… ?

Vous souhaitez travailler à l'information et à la communication visant le renforcement des liens intergénérationnels ?

Vous souhaitez conceptualiser un événementiel ou une campagne digitale pour la génération « Y » ou la génération « Z » ?...

Le master Communication et Générations : étude des publics vous permet d'acquérir cette double compétence. D'une part, il vous forme à la conception, la coordination et à la mise en œuvre de stratégies de communication. D'autre part, il vous apporte suffisamment de savoirs pour appréhender les publics selon leur âge, leur cycle de vie ou leur génération d'appartenance. L'expertise des publics est un véritable atout pour les métiers de la communication.

Les + de la formation

* L'unique master en France à proposer d'acquérir une double compétence en communication et sur les publics.

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 09 janvier 2024

* Ouvert à l'alternance (en M2) : pas de frais de formation, une rémunération tous les mois, acquisition de compétences dans les organisations socio-économiques et à l'Université, une insertion professionnelle facilitée.

* Collaboration avec un réseau d'une trentaine de professionnels et liens constants avec des partenaires du monde socioéconomique.

* Ouvert depuis 1992, forte cohésion, solidarité et partage d'offres de stages et d'emplois via un réseau d'ancien.ne.s actif (annuaire édité depuis 2013 et réseau social fermé).

* 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 et participe activement au dynamisme de la formation (http://asso-generations.fr/).

Dimension internationale :

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

Laboratoire(s) partenaire(s)

Le master s'appuie sur les recherches menées dans l'axe IDEM (Images, design, espaces, médiations : l'expérience du contemporain) de l'Unité de Recherche MICA (Médiations, Information, Communication et Arts).

Organisation

Organisation

Deux ans de formation organisés sur 4 semestres :

En Master 1 : aux heures d'enseignement de septembre à fin mars s'ajoute un stage obligatoire de 4 mois minimum à partir de début avril.

En Master 2 en formation initiale : aux heures d'enseignement s'ajoute un stage de 6 mois à partir de janvier.

En Master 2 en alternance, les apprenti.e.s sont à l'ISIC à temps plein jusqu'à mi-octobre. A partir de cette période, ils sont 3 semaines consécutives dans la structure d'accueil et 1 semaine à l'ISIC (informations sur l'alternance dans l'onglet « Alternance » plus bas).

Des enseignements organisés autour d'unités d'enseignement (UE) :

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.

Une UE, autour des SIC et méthodes de recherche, est mutualisée avec l'autre parcours SCT de la mention. Les autres UE, propres au parcours Communication et Générations : étude des publics, portent sur un approfondissement des stratégies et sur la maîtrise des pratiques et outils de communication appliqués aux publics de la communication. L'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.

Modalités d'évaluation des connaissances et compétences (MECC)

Les modalités d'évaluation des connaissances et compétences (MECC), définies conformément au Code de l'Éducation, règlementent les conditions d'obtention de

chacun des diplômes délivrés par l'Université Bordeaux Montaigne et définissent pour chaque élément pédagogique du semestre ou de l'année de formation, le régime d'examen ainsi que les modalités d'évaluation retenues.

Télécharger le fichier «MECC MSG1 MSG2 Communication et générations étude des publics.pdf» (630.5 Ko)

Comprendre les modalités de contrôle des connaissances : cliquez ici

Pour en savoir plus, consulter le règlement des études

Ouvert en alternance

La formation est également organisée en contrat d'apprentissage ou en contrat de professionnalisation en 1 an en Master 2.

Contact : CFA Bordeaux Montaigne

Se renseigner sur le CFA Bordeaux Montaigne

Admission

Conditions d'accès

La capacité d'accueil du master est de 20 places. Cette capacité comprend les recrutements des candidats sur titres français et étrangers ainsi que les étudiants sous "convention césure" qui réintègrent la formation.

Utilisation des données personnelles dans le cadre d'une candidature pour cette formation : pour en savoir plus

En master 1 :

Avant de candidater, consulter les attendus pour en savoir plus sur les profils recherchés par les formations ainsi que les informations et calendrier du portail national Mon Master.

Lien vers le calendrier et informations

Licence conseillée :

* Être titulaire d'une licence (toutes disciplines)

Autres titres répondant aux attendus de la formation, tels que :

* Licence d'une autre mention
* Diplôme français délivré par un établissement privé, certifié par l'État et publié au Journal officiel (niveau 6 selon la nomenclature des diplômes par niveau ou niveau II)
* Diplôme étranger correspondant à un niveau bac + 3 minimum
* Pour les formations non sanctionnées par un diplôme d'État (Diplôme d'Université, DUETI, Diplôme délivré par un établissement d'enseignement supérieur non reconnu par l'État...), une demande de validation des études supérieures (VES) est à effectuer auprès du contact administratif de la formation (CF rubrique Présentation).

BUT et Licences professionnelles :

* Les étudiants titulaires d'un BUT ou d'une licence professionnelle peuvent postuler pour une admission en master. Ces diplômes ayant pour objectif une insertion professionnelle directe, les candidats sont informés que les dossiers des titulaires d'une licence générale sont examinés en priorité.

Modalités de recrutement : dosssier

Éléments constitutifs du dossier :

* *Lettre de motivation,*
* *Curriculum vitae,*
* *Diplômes, certificats, relevés de notes permettant d'apprécier la nature et le niveau des études suivies,*
* *Projet de recherche,*
* *Éléments permettant le cas échéant d'attester d'expériences professionnelles,*

* *Toute pièce utile décidée par la commission d'examen des vœux (voir plateforme d'admission).*

Ces éléments permettront :

* *d'apprécier la nature et la cohérence du cursus antérieur du candidat au regard du master visé ainsi que les compétences acquises et les résultats obtenus ;*
* *d'exposer le projet professionnel ou de recherche et la motivation du candidat.*

Lien vers la délibération relative à l'admission en 1ère année de Master

Candidature sur dossier :

* **Pour les candidats français, européens ou internationaux résidant en France**

Cliquez sur l'image pour accéder à la plateforme de recrutement MonMaster

* **Pour les candidats internationaux hors Union Européenne**

Lien

En master 2 :

Sont admis à s'inscrire de droit :

Les étudiants titulaires d'un master 1 Communication et générations : étude des publics de l'Université Bordeaux Montaigne : Se réinscrire

Candidature sur dossier pour les autres cas :

Sont concernés :

* Les étudiants de Bordeaux Montaigne avec changement de mention ou de parcours
* Les étudiants d'une autre université française titulaires de la première année de Master de la même mention
* Les candidats en reprise d'études

Accéder à Apoflux

Niveau d'entrée : BAC +3

Niveau d'entrée obligatoire : Oui

Pré-requis nécessaires

DELF B2 demandé pour les non francophones

Et après

Référentiel ROME : E1103 : Communication, E1104 : Conception de contenus multimédias, E1106 : Journalisme et information média, E1401 : Développement et promotion publicitaire

Savoir faire et compétences

Compétences disciplinaires :

La formation permet aux étudiant.e.s de conduire une analyse réflexive, distanciée et croisée des enjeux de la communication et de l'approche générationnelle. Les étudiant.e.s apprennent ainsi à conceptualiser des stratégies de communication complexes et adaptées aux différents publics-cibles. Les étudiant.e.s acquièrent également des compétences méthodologiques leur permettant de construire et de mener un projet de recherche en SIC.

Compétences préprofessionnelles :

La formation met en place un nombre important d'outils et de pratiques applicatives: projets avec commanditaires, étude de cas, compétititions professionnelles en mode "agence de

communication", stages et/ou alternance. Il s'agit, à travers ces modalités diverses et variées, de :

- développer son expérience professionnelle opérationnelle de la communication, réflexive et stratégique;

- de savoir préparer son insertion professionnelle et construire son projet en lien avec l'expertise des publics.

Compétences transversales et linguistiques :

Afin d'accompagner l'étudiant.e dans la construction de son projet professionnel, des enseignements transversaux consolident les connaissances des contextes professionnels autour de l'anglais, la veille informationnelle et la construction de son identité numérique.

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

Plaquette Chiffres Insertion Pro (ODE) :

Poursuites d'études

Ce master intègre une formation à la recherche permettant de poursuivre en Doctorat.

Infos pratiques

Contacts

Contact administratif

Bureau des masters InfoCom

master-stc-isic@u-bordeaux-montaigne.fr

Laboratoire(s) partenaire(s)

Le master s'appuie sur les recherches menées dans l'axe IDEM (Images, design, espaces, médiations : l'expérience du contemporain) de l'Unité de Recherche MICA (Médiations, Information, Communication et Arts).

Lieu(x)

Bordeaux et agglomération

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 09 janvier 2024

Programme

Master 1 Communication et générations : étude des publics

Semestre 1 Master Communication et Générations

SIC et Méthodes de recherche	4 crédits
Expertise des publics 1	8 crédits
Stratégies communicationnelles et numériques 1	6 crédits
Applications communicationnelles et professionnelles 1	6 crédits
Projets, recherche et terrains générationnels 1	3 crédits
Anglais	3 crédits
Anglais Semestre 1 Master 1	

Semestre 2 Master Communication et Générations

Expertise des publics 2	6 crédits
Stratégies communicationnelles et numériques 2	6 crédits
Applications communicationnelles et professionnelles 2	6 crédits
Projets, recherche et terrains générationnels 2	4 crédits
Stage et veille professionnelle	8 crédits

Master 2 Communication et générations : étude des publics

Semestre 3 Master Communication et Générations

Stratégies communicationnelles et numériques 3	12 crédits
Applications communicationnelles et professionnelles 3	12 crédits
Choix d'option Formation Initiale ou Apprentissage	6 crédits
Formation initiale : Projets, recherche et terrains générationnels 3	6 crédits
Apprentissage : séminaires méthodo. et professionnels	6 crédits

Semestre 4 Master Communication et Générations

Choix d'option Formation Initiale ou Apprentissage	30 crédits
Formation initiale	30 crédits
Stage 2	18 crédits
Mémoire de recherche	12 crédits
Apprentissage	30 crédits
Compétences, relations et rapport professionnel	15 crédits
Stratégie réseau d'alternance	3 crédits
Méthodologie de la recherche et mémoire	12 crédits

Informations non contractuelles.
Dernière mise à jour le 09 janvier 2024