

Niveau :	MASTER					année
Domaine :	Arts, Lettres, Langues					M2 120 ECTS
Mention :	INFORMATION-COMMUNICATION					
Parcours :	MASCI – Master en Stratégies de Communication Internationale					
Volume horaire étudiant :	74 h	301 h	h	h	h	375 h
	cours magistraux	travaux dirigés	travaux pratiques	cours intégrés	stage ou projet	total
Formation dispensée en :	<input checked="" type="checkbox"/> français		<input checked="" type="checkbox"/> anglais		Aux 74h et 301h s'ajoutent des travaux d'encadrement, des examens, un séminaire international de 35h et un stage obligatoire de minimum 4 mois.	

Formation initiale

Contacts :

Responsable de formation	Scolarité – secrétariat pédagogique
Jean-Jacques BOUTAUD Professeur en SIC ☎ 03.80.39 56 72 jean-jacques.boutaud@u-bourgogne.fr	Secrétariat pédagogique : Karine DUTHU Bureau 166B ☎ 03 80 39 56 11 secretariat.lea.master@u-bourgogne.fr Scolarité : Valérie CHAPOTOT Bureau 166A ☎ 03.80.39.56.74 Scolarite.lea@u-bourgogne.fr
Composante(s) de rattachement :	UFR LANGUES & COMMUNICATION

Objectifs de la formation et débouchés :

■ Objectifs :

S'appuyant sur une pratique de bon niveau de deux langues étrangères, la formation vise essentiellement à développer la réflexion stratégique en communication et sa mise en œuvre opérationnelle, dans un contexte ouvert à l'international et à l'interculturel. L'objectif est de former à une réflexion stratégique très approfondie, tout en maîtrisant les méthodes et outils de communication, afin d'aborder le monde professionnel et la diversité des métiers de la communication (ci-dessous) avec une exigence de pensée, de méthode, d'action.

■ Débouchés du diplôme (métiers ou poursuite d'études) :

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.

■ **Compétences acquises à l'issue de la formation :**

- La compétence analytique et la réflexion stratégique (contexte, situation, scénario, action)
- La connaissance et la maîtrise des méthodes en communication professionnelle
- La connaissance et la maîtrise des outils de communication
- La connaissance et la maîtrise des outils de gestion de contenus web
- La connaissance et la maîtrise des outils de gestion documentaire et veille
- La compréhension de situations complexes, au-delà de schémas tactiques formatés, figés
- Le sens du management, le pilotage de l'action, la conduite de projets, l'encadrement et l'intégration aux équipes

■ **Compétences acquises à l'issue de l'année de formation :**

- faire un diagnostic de communication
- réaliser une étude stratégique
- rédiger un plan de communication
- concevoir une stratégie à l'international
- piloter le community management
- utiliser et optimiser des outils créatifs et numériques

Modalités d'accès à l'année de formation :

■ sur dossier :

Pour la rentrée universitaire 2017 **uniquement** : l'accès à la deuxième année de Master en formation initiale se fait uniquement sur dossier pour tous les candidats.

A partir de la rentrée 2018 : les étudiants extérieurs pourront candidater pour le Master 2 sur dossier.

Une commission se réunit pour étudier les dossiers . Les candidats retenus sont auditionnés lors d'un entretien trilingue permettant de vérifier le niveau linguistique et la cohérence du projet professionnel.

■ de plein droit :

A partir de la rentrée 2018 : avec une première année de Master MASCI, la sélection pour la formation se faisant à l'entrée du Master 1

Effectif attendu : 28 étudiants maximum

■ 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

Organisation et descriptif des études :

- tableau de répartition des enseignements et des contrôles de connaissances assortis :

SEMESTRE 3

UE 1	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval ⁽¹⁾	coeff CT	coeff CC	total coef
Communication et stratégie	approche stratégique	6	10	16		CC		1	
	planning stratégique	6	10	16		CC		1	
TOTAL UE 1		12	20	32	6				8

(1) CC : contrôle continu - CT : contrôle terminal

UE 2	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval ⁽¹⁾	coeff CT	coeff CC	total coef
Langues et communication	Langue 1 (anglais)		30	30		CC		1	
	Langue 2 (dont espagnol, allemand)		18	18		CC		1	
TOTAL UE 2			48	48	6				6

UE 3	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval ⁽¹⁾	coeff CT	coeff CC	total coef
Mises en pratiques professionnelles	Compétences et métiers		18	18		CC		1	
	Savoirs et méthodes		18	18		CC		1	
	Outils et supports		6	6		CC		1	
TOTAL UE 3			42	42	6				6

UE 4	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval ⁽¹⁾	coeff CT	coeff CC	total coef
Communication internationale	Stratégies à l'international	18		18		CC		1	
	Campagnes à l'international		15	15		CC		1	
TOTAL UE 4		18	15	33	6				6

UE 5	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval ⁽¹⁾	coeff CT	coeff CC	total coef
Recherches* en communication	Méthodologie*	8		8		CC		1	
	Veille et outils		12	12		CC		1	
* avec Master R									
TOTAL UE 5		8	12	20	6				4

TOTAL S3		38	137	175	30				30
-----------------	--	-----------	------------	------------	-----------	--	--	--	-----------

SEMESTRE 4

UE 6	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval ⁽¹⁾	coeff CT	coeff CC	total coef
Discours et stratégies	Stratégies de messages	6	10	16		CC		1	
	Stratégies et organisations	6	10	16		CC		1	
TOTAL UE 6		12	20	32	6				8

UE 7	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval ⁽¹⁾	coeff CT	coeff CC	total coef
Communication interculturelle	Clés pour l'interculturel	12		12		CC		1	
	Etudes de cas		30	30		CC		1	
TOTAL UE 7		12	30	42	6				4

UE 8	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval ⁽¹⁾	coeff CT	coeff CC	total coef
numérique et création	Créations Graphiques		24	24		CC		1	
	Community Management	12		12		CC		1	
TOTAL UE 8		12	24	36	6				4

UE 9	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval (1)	coeff CT	coeff CC	total coef
Monde professionnel	Junior Agence		60			CC		2	
	Stage pro (4 mois minimum)					par l'entreprise		1	
TOTAL UE 9			60	60	6				6

UE 10	discipline	CM	TD	Total	ECTS	Type éval (1)	coeff CT	coeff CC	total coef
Recherche appliquée	Benchmark		30			CT		1	
TOTAL UE 10			30	30	6				8

TOTAL S4		36	164	200	30				
-----------------	--	-----------	------------	------------	-----------	--	--	--	--

■ Modalités de 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

http://www.u-bourgogne-formation.fr/IMG/pdf/referentiel_etudes_lmd.pdf

● **Sessions d'examen**

1 session d'examen : Les examens seront organisés de décembre à fin mars.

Soutenances étude (benchmark) en mars, avant le départ en stage.

Pas de session de rattrapage.

Redoublement uniquement sur proposition du jury.

● **Règles de validation et de capitalisation :**

Principes généraux :

COMPENSATION : Une compensation s'effectue au niveau de chaque semestre. La note semestrielle est calculée à partir de la moyenne des notes des unités d'enseignements du semestre affectées des coefficients. Le semestre est validé si la moyenne générale des notes des UE pondérées par les coefficients est supérieure ou égale à 10 sur 20.

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 européen, ils sont également capitalisables lorsque les notes obtenues à ces éléments sont supérieures ou égales à 10 sur 20.