

Référentiels de compétences

Information et communication _ Master

Parcours Stratégies de Communication des organisations

- Bâtir une image positive et homogène de l'organisation (entreprise ou institution), auprès de publics internes et externes
- Définir une stratégie pour atteindre des objectifs d'image et de notoriété et d'organiser la diffusion des messages en privilégiant les outils les plus appropriés
- Comprendre le mode de fonctionnement des entreprises, des institutions, des associations, des collectivités et de leurs environnements
- Etre des multi-spécialistes dotés d'une bonne culture internationale et de compétences de communication éditoriale

Option Conduite de projets de communication numérique

- Bâtir une image positive et homogène des organisations en ligne : sur les sites internet, les réseaux sociaux numériques,
- Orienter la stratégie numérique d'une organisation,
- Mettre en œuvre des stratégies de référencement pour un site internet,
- Rédiger un plan de e-communication, prendre en compte les attentes des internautes,
- Organiser une campagne sur les réseaux sociaux,
- Maîtriser les techniques d'écriture du digital, organiser les contenus d'un site internet ou intranet,
- Réaliser un portail d'information.

Option Journalisme d'entreprise multimédia

- La création de supports numériques corporate,
- La production de contenus éditoriaux pour des supports print et digitaux : intranet, réseaux sociaux, site internet, blog, newsletter, rapport d'activité...,
- La réalisation de reportages audio et vidéos (maîtrise de toute la chaîne de production du script au montage des reportages),
- L'animation d'une communauté de contributeurs internes et externes (les correspondants) sur les supports numériques,
- La publication et la promotion de contenus éditoriaux en interne et externe,
- Assurer la visibilité des contenus éditoriaux de l'organisation,
- Faire de la veille et sélectionner les sujets à développer dans le contenu éditorial des différents supports numériques.

But du stage

Master 1

C'est un stage de **connaissance du monde professionnel où vous avez la charge d'une ou plusieurs missions**. Ce n'est pas un stage d'observation. Il sert à valider ses choix d'orientation professionnelle. Il donne lieu à une fiche d'évaluation par l'entreprise qui sera notée par l'équipe pédagogique.

Master 2

C'est un stage d'**insertion professionnelle**, idéalement il vous permet de vous faire remarquer et de trouver à sa suite un premier contrat dans le monde professionnel. Il donne lieu à une fiche d'évaluation par l'entreprise qui sera notée par l'équipe pédagogique et à la rédaction d'un **rapport de stage**.

