

Master Communication digitale

Présentation

Le master Communication des organisations, co-accrédité entre les universités Lyon 2 et Lyon 3, forme des professionnels capables de prendre en charge la définition des stratégies et des plans de communication, le pilotage des projets, la conception et, ponctuellement, la réalisation des supports.

Le parcours Communication digitale vise à former des professionnels chargés d'élaborer et de mettre en oeuvre des actions de communication numérique. Un tronc commun en M1 et M2 regroupe des enseignements professionnalisants transversaux aux métiers de la communication, des matières visant à articuler la formation à la recherche, ainsi que des enseignements d'ouverture.

Les matières de spécialité permettent une spécialisation tout au long de la formation notamment en marketing digital, e-publicité, référencement, gestion de communauté, élaboration de contenus numériques, etc.

Une attention particulière est accordée aux dimensions sociétales et éthiques de la communication numérique dans l'optique de former des professionnels responsables et d'orienter vers la recherche. Les enseignements sont complétés par deux stages de 3 mois minimum en M1 et 6 mois minimum en M2.

Objectifs

Le master mention Communication des organisations, forme des professionnels capables de prendre en charge la définition des stratégies de communication, l'audit de communication, l'élaboration des plans de communication, le pilotage des projets de communication, la conception et, ponctuellement, la réalisation des supports, etc.

Le parcours Communication digitale vise à former des professionnels de la communication chargés de développer des stratégies de communication numérique. Il forme à l'élaboration et à la mise en oeuvre d'actions de marketing numérique, d'e-publicité et de communication relationnelle sur les médias sociaux. Il permet d'acquérir une connaissance approfondie des technologies Internet et mobile afin de générer du trafic sur les dispositifs numériques et de le mettre au service d'actions de communication. Il forme également les étudiants aux techniques de gestion des communautés connectées, de l'image de marque et de la réputation numériques.

Durée de la formation

4 semestres

Lieu(x) de la formation

- Lyon

Public

Niveau(x) de recrutement

- Bac + 3

Contacts

Responsables pédagogiques

- [STAll Adrian](#)
(Responsable)

Contacts scolarité

Scolarité du Master :

Localisation : [Manufacture des tabacs](#)

Pour le Master : Florence VIGHETTI

Téléphone : 04 78 78 77 81

Courriel : florence.vighetti@univ-lyon3.fr

Contacts formation continue

Formation continue :

Service FC3

Langues|Lettres|Philosophie 04

Courriel : fc3@univ-lyon3.fr

Admission

Pré-requis

Formation(s) requise(s)

- Licence ou équivalent en information-communication ou, à défaut, socle de connaissances en communication des organisations et plus particulièrement en communication digitale.
- Bon niveau académique.
- Stages et/ou expériences professionnelles dans le domaine.
- Projet professionnel en accord avec les débouchés du master en communication digitale.

Candidature

Conditions d'admission / Modalités de sélection

ADMISSION EN 1ère ANNÉE :

Pour tout étudiant titulaire d'une licence Information-Communication, l'admission est prononcée après examen d'un dossier de candidature par le responsable de formation ou une commission pédagogique.

Il est attendu des candidats un fort ancrage dans les enseignements ou les expériences professionnelles relevant de la communication des organisations. Consulter la procédure d'admission sur le site internet de l'université.

ADMISSION EN 2ème ANNÉE :

- Étudiant ayant validé sa 1re année de master à Lyon 3 : admission de plein droit dans un parcours de la même mention
- Candidat titulaire d'une 1re année de master d'un autre établissement, d'une autre mention de master, d'un diplôme de niveau Bac +4 reconnu comme équivalent : examen du dossier de candidature par le responsable de formation ou une commission pédagogique.

Et après ?

Niveau de sortie

Année post-bac de sortie

- Bac + 5



<https://facdeshumanites.univ-lyon3.fr/>

**Faculté des Humanités, Lettres et Sociétés - Université Jean Moulin
Lyon 3**

**Faculté des Humanités, Lettres et
Sociétés**

1C, avenue des Frères Lumière
CS 78242
69372 LYON Cedex 08

Niveau de sortie

- Niveau 7

Activités visées / compétences attestées

- Techniques de marketing digital, e-publicité, référencement
- Techniques de gestion de communauté et d'édition de contenus pour les médias sociaux
- Méthodologies d'audit et de gestion de projet
- Environnements technologiques web et mobile
- Organisations, acteurs et milieux professionnels
- Enjeux professionnels et sociaux du numérique
- Problématiques et méthodologies de la recherche en communication des organisations

Poursuites d'études

Ce diplôme peut ouvrir sur une inscription en thèse qui prépare aux métiers de la recherche.

Secteurs d'activité ou type d'emploi

Les diplômés de ce master pourront occuper des postes dans les agences de communication, les services de communication des entreprises du secteur privé, des institutions publiques, des collectivités territoriales, des associations ou des ONG, etc.

Ils pourront également créer leur propre entreprise ou travailler en tant que consultants indépendants. Les principaux métiers visés sont :

- Responsable de communication digitale,
- Chargé de communication digitale,
- Social media manager,
- Chargé de référencement,
- Chef de publicité digitale.



<https://facdeshumanites.univ-lyon3.fr/>

**Faculté des Humanités, Lettres et Sociétés - Université Jean Moulin
Lyon 3**

**Faculté des Humanités, Lettres et
Sociétés**

1C, avenue des Frères Lumière
CS 78242
69372 LYON Cedex 08

Programme

Les enseignements du parcours communication digitale sont formés d'un tronc commun et d'UE spécifiques.

Le tronc commun vise à développer des compétences transversales aux différents parcours de la mention et partagées notamment avec le parcours management de la communication intégrée également dispensé à l'Université Lyon 3 : épistémologie des SIC, sociologie des organisations, communication corporate, économie et société numériques, communication hors média, pratiques et usages des réseaux sociaux, problématisation du mémoire, médias et agences, publicité et médiaplanning, méthodes d'enquête en sciences sociales, problématiques de recherche en communication des organisations, stratégies de communication de la marque, audit de la communication, entrepreneuriat, développement durable, engagement associatif, engagement sportif, anglais.

Les enseignements spécifiques au parcours visent à développer des compétences spécialisées en communication digitale : marketing numérique, technologies internet et mobile (sites web et applications), spécificités de la communication numérique, e-publicité, contenus numériques (conception, production, réalisation), webmarketing (création de trafic et référencement), acteurs du numérique, gestion de communauté, image et réputation numériques, sociétés numériques (modes de vie et de consommation), mesure et évaluation (audience, exposition, impact), évolutions et tendances (big data, marketing mobile, etc.), pilotage de projets.



<https://facdeshumanites.univ-lyon3.fr/>

**Faculté des Humanités, Lettres et Sociétés - Université Jean Moulin
Lyon 3**

**Faculté des Humanités, Lettres et
Sociétés**

1C, avenue des Frères Lumière
CS 78242
69372 LYON Cedex 08