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.

Taux d'insertion
90 %

Taux de réussite
84 %

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 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 œuvre 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

- STAII Adrian (Responsable)

Gestion de scolarité
Florence VIGHETTI
Téléphone : 04 78 78 77 81
Courriel : florence.vighetti@univ-lyon3.fr

Formation Continue
Service FC3 Langues Lettres Philosophie
Téléphone : 04 78 78 70 48
Courriel : fc3@univ-lyon3.fr

Handicap

Pôle Handicap étudiant

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

Modalités de candidature

- M1 : Candidature du 17 février au 16 mars 2026 sur Mon Master
- M2 : Candidature sur eCandidat

Et après ?

Niveau de sortie

Année post-bac de sortie

- Bac + 5

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.

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, entreprenariat, 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.

M1 - Semestre 1

- Communication corporate
- Communication hors médias
- Économie et sociétés numériques
- Agences, médias, annonceurs
- Épistémologie des SIC
- Community management
- Anglais
- Marketing digital
- Spécificités de la communication digitale
- Technologies web et mobile

M1 - Semestre 2

- Communication de marque
- Publicité et médiaplanning
- Conceptualisation de l'action professionnelle
- Anglais
- Culture digitale
- Publicité digitale
- Stratégie de contenu et référencement
- Création visuelle
- Gestion de projet et étude de cas
- Atelier
- Stage obligatoire et mémoire

M2 - Semestre 3

- Audit de la communication

- Problématiques de recherche en communication des organisations
- Méthodologies de recherche appliquées aux champs professionnels
- Anglais
- Image et réputation numériques
- Mesure et évaluation des campagnes digitales
- Social data
- Sociétés numériques : modes de vie et de consommation
- Technologies web et mobile
- Gestion de projet et étude de cas
- Création visuelle

M2 - Semestre 4

- Stage obligatoire, rédaction du mémoire et soutenance