Master Management de la communication intégrée

La formation des professionnels de la communication corporate et RSE.

Présentation

Le master Communication des organisations, co-accrédité entre les universités Lyon 2 et Lyon 3. Il forme des professionnels capables de prendre en charge la définition des stratégies de communication corporate et RSE, audit de communication, stratégies des marques, élaboration des plans de communication, relation publique et relation presse, pilotage des projets intégrés, conception et réalisation des supports.

Chiffres clés

Taux d'insertion
90 %

Taux de réussite
94 %

Le parcours « Management de la communication intégrée » vise plus particulièrement à former des cadres de la communication en charge de développer des stratégies multimodales et multicanales dont le digital (réalisation vidéos, sites web, réseaux sociaux...). Un tronc commun en M1 et M2 regroupe des enseignements portant sur des connaissances, des compétences et des méthodologies transversales aux champs et aux métiers de la communication, des matières visant à articuler la formation à la recherche et destinées à favoriser l'orientation des étudiants vers la recherche (méthodologies et problématiques de recherche), des enseignements d' ouverture (notamment l'anglais), etc.

Des enseignements de spécialité permettent une spécialisation des étudiants dès la 1e année et tout au long de la formation dans leurs champs respectifs. Ils sont complétés par deux stages longs de 3 mois minimum en M1 et 6 mois en M2.

Objectifs

Le master mention Communication des organisations forme des professionnels capables de prendre en charge la définition des stratégies de communication, des missions d'analyse et d'audit de la communication des organisations, l'élaboration des plans de communication, le pilotage de projets de communication, la conception, la réalisation de supports, l' accompagnement des politiques de RSE, la prise en compte des dimensions marketing, corporate, managériale et interne avec une approche multicanale.

Les thématiques spécifiques du parcours Management de la communication intégrée concernent notamment en 1re année de Master les stratégies de

Durée de la formation

- 1 an (accès M2) ou 2 ans (accès M1)

Lieu(x) de la formation

- Lyon

Public

Niveau(x) de recrutement

- Bac + 3

Modalités

- Présentiel

Contacts

Responsables pédagogiques

- DE OLIVEIRA Jean-Philippe (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

communication intégrée et de réseaux, l'audiovisuel d'entreprise et le media training, la sémiologie de la communication, la communication interne, événementielle, les relations presse/relations publiques, le marketing, la publicité, la communication de crise. En 2e année de Master sont plus spécifiquement abordé les communications centrées autour de la RSE, les stratégies de management des ressources humaines, la stratégie éditoriale et le brand content ainsi que la réalisation d'un site web niveau 2.

Spécificités

La formation a été conçue comme une progression sur deux années. Le tronc commun est partagé avec le parcours stratégie de communication digitale.

Admission

Pré-requis

Formation(s) requise(s)

Licence ou équivalent en information communication ou à défaut socle de connaissances dans le champ de la communication des organisations ;

- Bon niveau académique ;
- compétences rédactionnelles et communicationnelles ;
- Stages et/ou expériences dans le domaine ;
- Projet professionnel en accord avec les débouchés du master.

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

Handicap

Pole Handicap étudiant

Le tronc commun du Master Communication des Organisations de Lyon 3 vise à consolider des compétences partagées qui s'organisent autour de trois axes :

- Compétences professionnelles qui favorisent la polyvalence des diplômés
- Compétences méthodologiques transversales aux différents métiers de la communication
- Compétences visant à faciliter l'orientation des diplômés vers la recherche

Les compétences communes spécifiques concernent notamment : la communication corporate, le marketing, les pratiques et les usages des réseaux sociaux, le marché de la communication, la sociologie des organisations, les techniques d'enquête, la sémiologie des organisations, la publicité et le media planning, les stratégies de communication de marque, l' audit de communication etc.

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

Ils pourront également créer leur propre entreprise ou travailler en tant que consultants indépendants.

Les principaux métiers visés sont :

- Directeur de la communication
- Consultant en communication
- Chargé de communication
- Chef de projet
- Chargé de relations publiques
- Attaché de presse
- Chargé de communication interne
- Chargé de clientèle en agence, etc.

Programme

Une dimension méthodologique à la recherche en communication des organisations est prévue en 1re année de Master (préparation au mémoire et méthodologies de recherches en sciences sociales) et 2e année de Master (méthodologie de la recherche). Enfin des cours d'anglais spécialisés en communication des organisations sont présents.

M1 - Semestre 1

- Communication corporate
- Communication hors médias
- Économie et sociétés numériques
- Agences, médias, annonceurs
- Épistémologie des SIC
- Community management
- Anglais
- Stratégie et projet de communication intégrée
- Communication interne et gestion de crise
- Conception et réalisation d'un site web

M2 - Semestre 2

- Communication de marque
- Publicité et médiaplanning
- Conceptualisation de l'action professionnelle
- Anglais
- Veille stratégique et étude de cas
- Sémiologie de la communication
- Media training
- Audiovisuel d'entreprise
- 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
- Gouvernance, RSE et communication
- Management des ressources humaines
- Évènementiel et gestion de projets
- Stratégie éditoriale et contenu de marque
- Création visuelle
- Conception et réalisation d'un site web

M2 - Semestre 4

- Stage obligatoire, rédaction du mémoire et soutenance