

Journalisme d'entreprises et de collectivités (M2)

Master Information, Communication



Durée
1 an



Composante
Institut de la
communication,
de l'information
et du document



**Langue(s)
d'enseignement**
Français

Présentation

Vous souhaitez acquérir une double compétence en communication et en journalisme : le Master **Information Communication** parcours **Journalisme d'Entreprise et de Collectivités** (JEC) est fait pour vous.

Cette formation vous propose de développer des savoir-faire pour concevoir, gérer et évaluer des publications en ligne et hors ligne propres aux collectivités territoriales et aux entreprises. Spécialiste de différentes techniques rédactionnelles, vous serez amené à piloter et évaluer la production de supports de communication variés : papier, web, audiovisuel, réseaux sociaux, applications mobiles.

Savoir-faire et compétences

- Situer le rôle des supports d'information (journaux internes, sites web, intranet, newsletter. . .) dans les politiques de communication des organisations.
- Maîtriser les techniques journalistiques de la collecte de l'information à son traitement rédactionnel.
- Piloter, de bout en bout, la production d'une publication (site web, production audiovisuelle, application mobile) depuis la conception (ou la modification) de sa forme éditoriale jusqu'à son édition, sa diffusion, puis l'évaluation de sa réception et de son appropriation par les publics.
- Organiser et gérer la conception d'un produit audiovisuel, d'un site web, d'un compte de réseau social... et assurer la cohérence d'un système informationnel transitant par différents supports.

Les + de la formation

- Une double formation en communication et en journalisme.
- Des enseignements en lien avec le secteur professionnel : stages, interventions de professionnels de la communication et de journalistes, projets tuteurés, études de cas (intensives 1 et intensives 2).
- De nombreux partenariats avec des entreprises et collectivités territoriales.
- En Master 2, un parcours réalisable en formation initiale, continue ou en alternance (contrat de professionnalisation ou contrat d'apprentissage).

Organisation

Organisation

En Master 1 :

- De septembre à février : cours
- À partir de mars : stage opérationnel de 3 à 6 mois

En Master 2 :

- De septembre à mars :
 1. Lundi, mardi, mercredi : cours
 2. Jeudi, vendredi : dans la structure d'accueil pour les alternant.e.s
- À partir d'avril :

1. Dans la structure d'accueil à plein temps pour les alternant.e.s

2. Stage d'étude conseil de 3 à 6 mois pour les non-alternant.e.s

Les enseignements du master sont organisés autour de 6 blocs de connaissances et de compétences (BCC).

Chaque BCC représente un ensemble homogène et cohérent d'enseignements visant des connaissances et des compétences complémentaires qui répondent à un objectif précis de formation :

BCC 1 : Conduire une analyse réflexive et distanciée des problématiques et enjeux de la communication

- Espace public, politique et médias
- Innovations technologiques et changement social
- Dispositifs audiovisuels de communication
- Analyse du discours
- Situations de communication
- Langue vivante

BCC 2 : Piloter des études et recherches en information-communication

- Séminaire d'initiation à la recherche
- Méthodes et techniques d'enquête
- Politiques et stratégies de communication
- Méthodologie de l'étude-conseil
- Droit de la communication
- Langue vivante

BCC 3 : Maîtriser les dispositifs technologiques d'information et de communication

- Infographie
- Écriture audiovisuelle
- Réseaux sociaux et community management
- Conception de projets numériques
- Processus éditoriaux / PAO
- Gestion de projet éditorial numérique
- Production vidéo
- Secrétariat de rédaction et habillage d'articles
- Veille et stratégie SEO
- Reportage photo

BCC 4 : Concevoir des politiques et stratégies d'information communication

• Concevoir et piloter une publication print et web (mise en situation professionnelle)

• Politiques et stratégies de communication éditoriale: étude de cas

• Conception et animation de la communication sur les réseaux socionumériques (projet pro choix 1)

• Conception de formules éditoriales adaptées au web (projet pro choix 1)

• Programme gradué "Démocratie" (projet pro choix 2)

BCC 5 : Se former dans un domaine spécifique : journalisme d'entreprises et de collectivités

• Théories et pratiques des relations presse

• Techniques et écritures journalistiques

• Presses des entreprises et des collectivités

• Enjeux de la communication interne

• Droit des collectivités territoriales

• Marketing et enjeux de la marque : marque commerciale, institutionnelle et marque employeur

• Concepts et outils de l'analyse socio-sémiotique de publications

• Droit et déontologie de la presse

• Outils et stratégies de communication de crise

• Communication publique territoriale

• Problématiques contemporaines des métiers de la communication (IAG, transition écologique, RSE)

• Marketing territorial: stratégies et publications

• Journalismes et médias : produit, production, réception

• Écritures numériques

• Audit d'une publication print et web

• Écrits d'écran

BCC 6 : Construire son projet personnel et professionnel en journalisme d'entreprises et de collectivités

• Stage opérationnel (M1)

• Stage d'étude-conseil (M2)

• Stage hebdomadaire (M2 - optionnel)

• Étude de cas "Intensives 1"

• Étude de cas "Intensives 2"

• Conférences professionnelles sur les médias print et web d'entreprises et de collectivités

• Champ professionnel et référentiel métiers du journalisme d'organisation

Ouvert en alternance

Type de contrat : Contrat d'apprentissage, Contrat de professionnalisation.

Admission

Conditions d'admission

Taux d'insertion professionnelle : 85 à 90 %

Modalités de candidature : Dossier

Capacité d'accueil : 20 places

Langues vivantes enseignées : Anglais, Espagnol

Déposez votre candidature sur la plateforme E candidat de l'Université de Lille : <https://www.univ-lille.fr/formation/candidater-sinscrire/ecandidat>

Et après

Poursuite d'études

Ce master intègre une formation à la recherche, vous permettant, si vous le souhaitez, de poursuivre en Doctorat (l'accès se fait sur dossier).

La préparation d'un doctorat s'étend sur une période de trois à cinq ans. Elle est réalisée dans le cadre d'une école doctorale et d'un laboratoire de recherche.

En communication, il s'agit plus particulièrement du GERiCO (Groupe d'études et de recherche interdisciplinaire en information et communication), laboratoire labellisé par le Ministère.

Pour en savoir plus : <http://edshs.meshs.fr>

Insertion professionnelle

Secteurs d'activité :

- Entreprises

- Collectivités territoriales
- Associations
- Industrie
- Commerce
- Médias
- Secteur culturel
- Santé
- Justice
- Agence conseil en communication

Métiers visés

- Journaliste d'entreprise
 - Journaliste de collectivité territoriale (mairie, conseil régional, communauté d'agglomération, ...)
- Responsable des publications (internes et externes)
- Chef de projet éditorial (print et web)
- Rédacteur en chef du journal interne ou externe
- Responsable des relations presse, attaché de presse
- Concepteur-rédacteur
- Rédacteur web
- Community manager

Pour en savoir plus

- Débouchés Infocom : <https://infocom-sid.univ-lille.fr/departement-infocom/debouches>
- Études et enquêtes de l'ODiF (Observatoire de la Direction de la Formation) sur l'insertion professionnelle des diplômés : <https://odif.univ-lille.fr/repertoires-demplois/master>

Infos pratiques

Autres contacts

Charlène Dollé

Gestionnaire de l'offre de formation (gestionnaire pédagogique) charlene.dolleuniv-lille.fr

Tél : 03 20 41 74 56

Christophe Besin

Responsable de l'offre de formation

Contact : christophe.besin@univ-lille.fr

Tél : 03 20 41 74 52

Lieu(x)

📍 Infocom - Rue du Président Vincent Auriol,
59100 Roubaix

Campus

🏠 Campus Roubaix-Tourcoing

En savoir plus

Institut de la communication et du document -
ICID

🔗 <http://icid.univ-lille.fr>