

Année 2016-2017

Libellé : M2 Informatique-Communication option Communication et Culture Numériques

Libellé	ECTS	Semestre	CM	TD	TP	mois de stage	heures de projet	Compétences attendues (à renseigner pour chaque UE et module)	Bloc de compétences (indiquer à quel bloc ces compétences sont rattachées)
UE 1 Humanités numériques	5	9		46				Appréhender les phénomènes de la mutation numérique	Comprendre les enjeux socio-numériques contemporains
Digital humanities			9	6				Consolider sa culture du monde numérique à partir des connaissances produites par la recherche sur les questions de la technique, et du numérique	
Design et usages du numérique			9	6				Appréhender les différentes approches en IHM qui configurent les usages des médias numériques	
Socio-économie du numérique			10	6				Connaître les caractéristiques de l'économie numérique et les logiques sociales à l'œuvre	
UE 2 Espace public, Communication et Organisations	5	9		48				Appréhender les enjeux de la mutation numérique dans l'espace public et dans les organisations	
Démocratie et numérique			12	5				Identifier la place, le rôle et le potentiel des dispositifs numériques dans la mise en œuvre des débats publics	
Analyse des controverses			10	6				Analyser, à partir de données du web, les stratégies argumentatives développées sur une question scientifique et technique actuellement controversée	
Communication et changement dans les organisations			10	5				Comprendre les phénomènes de changement dans les organisations et les perspectives ouverte par les dispositifs de communication numérique	
UE3 Stratégie de communication	4	9		30				Piloter la stratégie de communication d'une organisation	Construire une politique de communication globale
Politique de communication			12	3				Concevoir, piloter et évaluer une politique de communication numérique	
Plan de communication			6	9				Elaborer, conduire et évaluer un plan de communication globale	
UE 4 Stratégie éditoriale et visuelle	4	9		30				Proposer et optimiser la stratégie visuelle et éditoriale d'une organisation	
Politique éditoriale			6	9				Analyser, concevoir et évaluer une politique éditoriale sur les différents espaces du web	
Culture graphique et identité visuelle			6	9				Consolider sa culture graphique et esthétique. Analyser et évaluer une identité visuelle	
UE 5 Accompagnement et évaluation des politiques de communication	3	9		32				Accompagner et évaluer les politiques de communication	
Droit d'internet, droit à l'image, droit de l'information			9	6				Connaître la réglementation juridique qui encadre l'utilisation des ressources et les usages du web	
Stratégie de veille			0	6				Mobiliser et combiner des outils de curation du web pour collecter, analyser et diffuser des ressources	
Analytics - Référencement et outils de veille			2	9				Evaluer une stratégie digitale à l'aide d'outils statistiques	
UE 6 Ecritures et logiques transmédia	4	10		51				Elaborer, mettre en forme et publier des contenus cohérents et complémentaires sur des supports hétérogènes	Mettre en œuvre un projet de communication numérique
Ecrites pour le web : community management			6	12				Maîtriser les techniques rédactionnelles de l'écriture web ; cibler, créer et animer des communautés en ligne	
Ecriture professionnelle			6	9				Appliquer les techniques rédactionnelles adaptés aux supports professionnels	
Événementiel transmedia			0	18				Elaborer, mettre en œuvre et animer un événement distribué : IRL, hors médias, médias traditionnels, web	
UE 7 Visualisation de données	3	9		30				Maîtriser les techniques de visualisation des données	
Infographies			9	6				Elaborer des supports visuels à l'aide d'applications informatiques dédiées	
Cartographies du web			9	6				Mobiliser et combiner des dispositifs de visualisation de données statiques et dynamiques issues du web	

Libelle	ECTS	Semestre	CM	TD	TP	mois de stage	heures de projet	Compétences attendues (à renseigner pour chaque UE et module)	Bloc de compétences (indiquer à quel bloc ces compétences sont rattachées)
UE 8 Acteurs et technologies du web	3	10		36				Connaître les acteurs techniques et sociaux de la production web	
Chaîne de production web			0	15				Dialoguer et mobiliser les différents acteurs qui interviennent dans la conception et la production web	
Technologies et usages du web			0	21				Choisir une solution technologique (CMS) qui configure un projet web pertinent en relation avec des scénarios d'usages spécifiques	
UE 9 Méthodologie gestion de projet	6	9		31				Conduire un projet de communication globale	Maîtriser des savoirs transversaux
Méthodologie projets		9	18	7	6			Maîtriser la méthodologie spécifique d'un projet de communication globale	
Projets tutorés							50hét.	Conduire un projet de communication numérique: analyse de l'existant, benchmark, relations avec le commanditaire externe	
UE 10 Méthodologie recherche	2	10		18				Mobiliser des outils méthodologiques et conceptuels d'enquête	
Approches quantitatives			9					Maîtriser les principales méthodes de recherche quantitatives	
Approches qualitatives			9					Maîtriser les principales méthodes de recherche qualitatives	
UE 11 Anglais	3	10	0	24				Comprendre les contenus web en anglais. S'exprimer en anglais dans un contexte professionnel	
UE 12 Mise en situation professionnelle	18	10		24				Mettre en oeuvre en autonomie des projets individuels et collectifs	
Projet tutoré		10					50h ét.	Conduire un projet de communication numérique: préconisations, prototype ou maquette, évaluation de l'efficacité des options sélectionnées, gestion des relations avec le commanditaire	
PPP		10		18	6			Construire un projet professionnel personnel en adéquation avec les compétences acquises dans la formation et les réalités du monde professionnel	
Stage		10					4,5	S'adapter à un environnement professionnel spécifique -environnement technologique et organisation du travail - mettre en application les contenus et compétences acquises dans la formation	