

MASTER

Mention : Communication des organisations

Résumé du référentiel d'activités, de compétences et d'évaluation

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION
<ul style="list-style-type: none"> - Définition des stratégies de communication - Elaboration des plans de communication - Pilotage de projets de communication - Conception et réalisation de dispositifs de communication - Conseil et diagnostic en communication - Elaboration de la communication institutionnelle, de la stratégie de communication de la marque, de la communication interne - Accompagnement du changement organisationnel - Assurer une veille sur le marché, la concurrence, la presse... 	<p><i>Compétences transversales</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifier les usages numériques et les impacts de leur évolution sur le ou les domaines concernés par la mention - Se servir de façon autonome des outils numériques avancés pour un ou plusieurs métiers ou secteurs de recherche du domaine - Mobiliser des savoirs hautement spécialisés, dont certains sont à l'avant-garde du savoir dans un domaine de travail ou d'études, comme base d'une pensée originale - Développer une conscience critique des savoirs dans un domaine et/ou à l'interface de plusieurs domaines - Résoudre des problèmes pour développer de nouveaux savoirs et de nouvelles procédures et intégrer les savoirs de différents domaines - Apporter des contributions novatrices dans le cadre d'échanges de haut niveau, et dans des contextes internationaux - Conduire une analyse réflexive et distanciée prenant en compte les enjeux, les problématiques et la complexité d'une demande ou d'une situation afin de proposer des solutions adaptées et/ou innovantes en respect des évolutions de la réglementation - Identifier, sélectionner et analyser avec esprit critique diverses ressources spécialisées pour documenter un sujet et synthétiser ces données en vue de leur exploitation - Communiquer à des fins de formation ou de transfert de connaissances, par oral et par écrit, en français et dans au moins une langue étrangère - Gérer des contextes professionnels ou d'études complexes, imprévisibles et qui nécessitent des approches stratégiques nouvelles - Prendre des responsabilités pour contribuer aux savoirs et aux pratiques professionnelles et/ou pour réviser la performance stratégique d'une équipe - Conduire un projet (conception, pilotage, coordination d'équipe, mise en œuvre et gestion, évaluation, diffusion) pouvant mobiliser des compétences pluridisciplinaires dans un cadre collaboratif - Analyser ses actions en situation professionnelle, s'autoévaluer pour améliorer sa pratique dans le cadre d'une démarche qualité - Respecter les principes d'éthique, de déontologie et de responsabilité sociale et environnementale 	<p>Les modalités du contrôle permettent de vérifier l'acquisition de l'ensemble des aptitudes, connaissances, compétences et blocs de compétences constitutifs du diplôme. Ces éléments sont appréciés soit par un contrôle continu et régulier, soit par un examen terminal, soit par ces deux modes de contrôle combinés. Chaque ensemble d'enseignements à une valeur définie en crédits européens (ECTS). Pour l'obtention du grade de Master, une référence commune est fixée correspondant à l'acquisition de 120 crédits ECTS au-delà du grade de licence.</p>

REFERENTIEL D'ACTIVITES	REFERENTIEL DE COMPETENCES	REFERENTIEL D'EVALUATION
	<p>- Prendre en compte la problématique du handicap et de l'accessibilité dans chacune de ses actions professionnelles</p> <p><i>Compétences spécifiques</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre le cadre législatif et réglementaire de la communication - Mettre en place une politique de veille stratégique, réglementaire et législative - Identifier les parties prenantes (internes et externes) et les cibles des actions de communication - Effectuer une veille sur les modes de vie, de consommation et de communication des publics et sur l'actualité du numérique - Élaborer des stratégies de communication multicanale - Concevoir et mettre en œuvre une politique de communication digitale (community management, social-media management, influenceurs) pour animer et gérer des communautés - Formuler une stratégie rédactionnelle - Analyser des dynamiques d'innovation - Suivre un plan média - Diagnostiquer les dispositifs sociotechniques dans des contextes de changement technique et organisationnel - Sélectionner et hiérarchiser les médias et les réseaux sociaux - Analyser les systèmes d'information - Mesurer et évaluer l'audience, l'exposition et l'impact des différents dispositifs et des campagnes de communication - Mettre en œuvre les outils et techniques de communication print, numériques et audiovisuels - Auditer les dispositifs de communication utilisés - Investir l'environnement de l'organisation (communication interculturelle, internationale, connaissance du secteur et de l'environnement concurrentiel) - Manager un service de communication, une équipe au sein d'une agence - Prévenir les risques organisationnels et communiquer en situation de crise - Analyser le contexte et les enjeux de la communication pour une organisation - Mobiliser les règles applicables à l'organisation (droit social, droit du travail, droit de l'information et de la communication) <p><i>Dans certains établissements, d'autres compétences spécifiques peuvent permettre de décliner, préciser ou compléter celles proposées dans le cadre de la mention au niveau national. Pour en savoir plus se reporter au site de l'établissement.</i></p>	