



Master Communication numérique

MASTER 1

En cours de septembre à mars. En stage d'avril à juillet (4 mois).

SEMESTRE 1

Unités d'enseignement	Matières	Heures	Crédits
TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES (9 ECTS)	Technologies du Web	24	3
	Langages de programmation 1	18	1
	Modélisation des données	24	2
	Développement dynamique des sites	24	3
ENJEUX ET ACTEURS DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE (8 ECTS)	Cultures et sociabilités numériques	24	3
	Sociologie des réseaux	18	2
	Epistémologie et Éthique du numérique et de l'intelligence artificielle	18	3
CONNAISSANCE ET MANAGEMENT DES PUBLICS (6 ECTS)	Concept d'expérience	18	3
	Pratique de l'influence numérique	24	2
	Pratiques et outils de référencement	18	1
OUTILS ET PRATIQUES PROFESSIONNELS (4 ECTS)	Gestion et mise en œuvre de projets agiles	24	2
	Écriture numérique	18	1
	Anglais appliqué	18	1
RECHERCHE ET SPÉCIALISATION (3 ECTS)	Trading Zone Lab-R&D (méthodologie de la recherche)	18	3
		288	30

SEMESTRE 2

Unités d'enseignement	Matières	Heures	Crédits
TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES (10 ECTS)	Langages de programmation 2	36	4
	Technologie et architecture des dispositifs d'interaction numérique	24	3
	Techniques multimédia	18	3
	Droit et citoyenneté numérique	24	3
ENJEUX ET ACTEURS DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE (7 ECTS)	Sociologies de l'innovation	18	2
	Société et transformations numériques	18	2
	Risques et menaces numériques	18	2
CONNAISSANCE ET MANAGEMENT DES PUBLICS (6 ECTS)	Stratégies de communication numérique	18	1
	Design d'expérience	24	3
	Gestion et mise en œuvre de projets agiles	24	2
OUTILS ET PRATIQUES PROFESSIONNELS (4 ECTS)	Méthodologie de la veille informationnelle	18	1
	Anglais appliqué	18	1
	Trading Zone Lab-R&D (culture analytics- Big data)	18	3
RECHERCHE ET SPÉCIALISATION (3 ECTS)	Trading Zone Lab-R&D (culture analytics- Big data)	18	3
		276	30

MASTER 2

SEMESTRE 3

Unités d'enseignement	Matières	Heures	Crédits
TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES (9 ECTS)	Technologies mobile	32	3
	Modeling and treatment humanities data (Big data/data modeling)	24	3
	Systèmes de communication pour les objets	24	3
	Nouveaux médias, dispositifs et médiations	24	3
ENJEUX ET ACTEURS DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE (8 ECTS)	Économie de l'expérience	18	3
	Politique et internet	24	2
	Marketing digital	20	3
CONNAISSANCE ET MANAGEMENT DES PUBLICS (5 ECTS)	Web relationnel et animation de communautés	20	3
	Méthodologie : Évaluation de l'expérience et des usages individuels et collectifs	24	3
OUTILS ET PRATIQUES PROFESSIONNELS (4 ECTS)	Anglais appliqué	18	1
	Trading Zone Lab - R&D (Approche techno-Éthique du projet)	18	3
RECHERCHE ET SPÉCIALISATION (3 ECTS)	Trading Zone Lab - R&D (Approche techno-Éthique du projet)	18	3
		246	30

SEMESTRE 4

Unités d'enseignement	Matières	Heures	Crédits
TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES (6 ECTS)	Modélisation et analyse des réseaux sociaux	18	3
	Réalités virtuelles et environnements dynamiques	18	3
	Exploitation et protection des données personnelles	18	2
ENJEUX ET ACTEURS DE LA COMMUNICATION NUMÉRIQUE (6 ECTS)	Socio-économie des industries numériques	18	2
	Espace public et médias sociaux	18	2
	Management d'équipes	18	2
CONNAISSANCE ET MANAGEMENT DES PUBLICS (7 ECTS)	Gestion de l'e-réputation et du risque numérique	20	3
	e-relations publics	18	2
	Mesure de la performance de dispositifs numériques	18	2
OUTILS ET PRATIQUES PROFESSIONNELS (6 ECTS)	Audiovisuel numérique	18	2
	Management de l'innovation et entrepreneuriat	12	3
	Anglais appliqué	18	1
RECHERCHE ET SPÉCIALISATION (3 ECTS)	Trading Zone Lab - R&D (Projet et soutenance du projet)	18	3
		230	30

Plus d'info sur le calendrier des inscriptions : flsh.fr
Contact Caroline LECOQ : caroline.lecoq@univ-cathoille.fr