



LE LIVRET DES ÉTUDES

2025-2026



MASTER
Stratégies de communication :
Management et Marketing
Digital (SCMMD)

TABLE DES MATIERES

1. DISPOSITIF SPECIFIQUE AU MASTER STRATEGIES DE COMMUNICATION :	
MANAGEMENT ET MARKETING DIGITAL.....	3
1.1 Présentation du master SCMMD.....	3
1.2 Vos interlocuteurs pour le master.....	3
1.3 Objectifs	3
1.4 Chiffres clés	4
1.5 Débouchés.....	4
1.6 Organisation du Master.....	5
1.7 Maquette pédagogique.....	6
1.8 Calendrier	10
1.9 Alternance	12
2. ARTICULATION PEDAGOGIQUE ET PROFESSIONNELLE.....	12
2.1 Redoublement.....	13
3. REGLES DE VIE DU MASTER	13

1. DISPOSITIF SPECIFIQUE AU MASTER STRATEGIES DE COMMUNICATION : MANAGEMENT ET MARKETING DIGITAL

1.1 Présentation du master SCMMD

Dans le cadre de la COMUE, le master de Communication, mention Information-Communication de l'Université Jean Monnet de Saint-Etienne présente deux parcours :

- Parcours 5 : « Design de Communication : Innovation et médiation numérique » présent sur le site de Télécom Saint-Etienne (TSE),
- Parcours 6 : « Stratégies de Communication : Management et Marketing Digital » intégré à l'offre de formation de l'IAE Saint-Etienne depuis 2016, l'Ecole de Management de l'Université.

A l'heure de la révolution numérique qui impacte tous les pans de la société, ce Master forme les communicants de demain, experts des pratiques digitales et de la transformation durable pour les entreprises et les institutions.

La formation repose sur des pédagogies innovantes (formats hybrides, coaching, classe inversée, carnet de bord numérique, etc...) faisant le lien entre la recherche action et les pratiques professionnelles. En effet, il est essentiel aujourd'hui de savoir élaborer des stratégies de communication dans un contexte de transition sociétale et environnementale.

Le Master se réalise en alternance. L'alternant est en contrat d'apprentissage et doit effectuer 32 semaines de présence en entreprise et 14 semaines de cours pour 430 heures de cours par année de Master.

1.2 Vos interlocuteurs pour le master

Anthony Galluzzo : Responsable du Master
anthony.galluzzo@univ-st-etienne.fr

Aurélie Chêne : Référente scientifique
aurelie.chene@univ-st-etienne.fr

Solène Jacquemart : Gestionnaire de Scolarité
solene.durand@univ-st-etienne.fr

1.3 Objectifs

- La formation développe les compétences en :
- Stratégies de communication des organisations Stratégies et pratiques digitales Management de projet (communication, événementiel)
- Brand management (stratégie de marque)
- Marketing digital (Web design, UX et référencement)
- Audit, benchmark et recommandations stratégiques
- Graphisme (print & numérique)
- Création de contenu (éditorial, photo, vidéo)

- Gestion e-commerce
- Gestion et animation de communautés (Community Management/social media)
- Analyse de la performance marketing
- Conduite de recherches en communication
- Connaissance des enjeux communicationnels de la transformation digitale et durable
- Management d'équipe

La formation permet aussi aux étudiants d'acquérir :

Des savoirs-être professionnel : les étudiant.e.s sont donc considéré.e.s comme des professionnel.le.s en cours de formation. Des ateliers d'idéation et de création sont mis en place pour aider les futur.e.s professionnel.le.s à mieux s'exprimer et travailler en équipe.

Des soft skills : les étudiants sont sensibilisés à un management bienveillant, plus inclusif, respectueux du bien-être et de la différence de chacun.e. Des conférences et des séminaires sont organisés en ce sens.

Des méthodes d'analyse d'enjeux de communication

La réalisation d'un mémoire de recherche appliquée est l'occasion de prendre en compte des problématiques sociétales et durables. Cette réflexion se fait en lien avec les travaux de recherches de l'équipe et mobilisent une méthodologie d'enquête, d'analyse critique et réflexive.

1.4 Chiffres clés

91% des étudiants ont un contrat de travail 6 mois après l'obtention du diplôme*

*Enquête Insertion Pro - STRATECOM - juin 2023

1.5 Débouchés

- Responsable de la communication
- Brand Marketing Manager
- Chargé de communication digitale
- Chargé de communication 360
- Social media manager
- Community Manager
- Responsable media
- Chef de projet Web
- Web marketing manager
- Chef de projet digital
- Content Manager
- Responsable marketing digital
- Responsable événementiel

Les alternant.es du Master SCMMD travaillent dans de nombreux types d'organisations d'accueil sur la région ligérienne et sur tout le territoire français : en entreprise privée (Start up, TPE, PME, multinationales), dans l'institutionnel (collectivités territoriales, associations socio-culturelles) et agences de communication, web ou conseil.

1.6 Organisation du Master

Les deux années se déroulent de la façon suivante :

- 6,5 semaines de cours intensifs aux premiers semestres en M1 et M2 (S7-S9) pour préparer les étudiants au mieux à leur insertion dans leur structure d'accueil et leur permettre de devenir rapidement opérationnel.
- Des cours sont également prévus en distanciel entre novembre et avril le vendredi avec du coaching et des temps de travail collaboratif ou personnalisé.
- 4 semaines de cours sont organisées lors du second semestre, réparties entre janvier et mai.
- La répartition des cours répond à un besoin de diversité pédagogique et se compose de séminaires d'enquêtes, de workshop, de cours théoriques, des méthodologies de recherche et d'ateliers pratiques (ex. PAO, et autres outils numériques).
- Par ailleurs, la formation fait une large place à la gestion de projet orienté vers des problématiques RSE.
- L'expérience liée à l'alternance est importante et occupe une place prépondérante dans la formation des étudiant.e.s qui bénéficient à la fin de leur master de plus de 16 mois d'expérience professionnelle.

1.7 Maquette pédagogique

Programme du 05/09/24 au 31/08/2026

M1 - SEMESTRE 7	Crédits	Heures
Intitulés des UE et des éléments pédagogiques		
UE1-Communication et transformation digitale	10	69
Méthodologies de recherche en communication	3	18
Psychologie de la communication- Approche non verbale	2	18
Leviers du digital & Inbound Marketing	3	24
Enjeux de la transformation digitale des organisations	2	9
UE2-Fondamentaux du marketing digital	4	60
Web design	1	15
Social media et Community Management	1	15
Intro E.commerce	1	15
Référencement et optimisation du trafic WEB (SEO/SEA)	1	15
UE3-Management de projets et ateliers créatifs	5	72
Conduite de projet	1	15
Workshop d'intégration-idéation et créativité	1	12
Projets transversaux en RSE	2	30
PAO et Design numérique	1	15
Module recherche en management : 24H	-	24
UE4-Alternance & évolution des pratiques socio-professionnelles	11	47
Cycles de conférences : tendances sociales et innovations	-	2
Analyse de la pratique en situation professionnelle	4	6
Carnet de bord numérique de l'alternant	4	24
Anglais appliqué	3	15
Total par étudiant	30	248

M1 - SEMESTRE 8	Crédits	Heures
Intitulés des UE et des éléments pédagogiques		
UE1- Communication, culture de marque et management	11	72
Brand Management et stratégie de communication	3	24
Médias culture et analyse socio-sémiotique	3	18
État de l'art en SIC- atelier écriture	3	18
Management d'équipe	2	12
UE2- Digitalisation des pratiques de la communication	8	60
Web Design	2	15
Atelier audiovisuel	2	15
Print et éditions numériques	2	15
Social media et Community Management	2	15
UE3- Positionnement professionnel et valorisation de l'alternance	11	50
Cycles de conférences : approches contemporaines de la société	-	2
Analyse de la pratique professionnelle	4	12
Carnet de bord numérique de l'alternant	4	24
Collaboration digitale et pratiques professionnelles	3	12
Total par étudiant	30	182

M2 - SEMESTRE 9	Crédits	Heures
Intitulés des UE et des éléments pédagogiques		
UE1- Séminaires et méthodologies en SIC	9	60
Techniques d'enquêtes qualitatives et quantitatives	3	24
Positionnement du mémoire de recherche	3	18
Atelier écriture de mémoire	3	18
UE2- Management et communication durable	7	56
Management et développement durable	3	24
Cycles de conférences : faits de société, tendances émergentes	-	2
Anglais appliqué	3	15
Business plan et gestion financière	1	15
Module recherche en management (facultatif): 24H	-	24
UE3- Marketing digital et outils numériques	4	60
PAO	1	15
E. commerce et acquisition de trafic	1	15
Webdesign	1	15
Référencement : SEO et SEA	1	15
UE4- Positionnement professionnel et valorisation de l'alternance	10	54
Analyse de la pratique en situation professionnelle	3	6
Carnet de bord numérique de l'alternant	3	27
Workshop d'intégration-idéation et créativité	2	12
Bilan de compétences	2	9
Total par étudiant	30	230

M2 - SEMESTRE 10	Crédits	Heures
Intitulés des UE et des éléments pédagogiques		
UE1- Démarche de recherche et construction du mémoire en SIC	8	62
Concepts fondamentaux en SIC et SHS	2	24
Cycles de conférences	-	2
Atelier écritures de mémoire	3	18
Méthodologie en études visuelles et finalisation du mémoire	3	18
UE2- Communication de marque et marketing d'influence	6	57
Brand Content - Création d'événement	2	18
Workshop audiovisuel	1	15
Référencement et analytics	1	6
Marketing relationnel et stratégie d'influence	2	18
UE3- Valorisation de l'alternance	16	84
Pratiques professionnelles & collaboration digitale	1	12
Carnet de bord numérique de l'alternant	2	27
Analyse de la pratique en situation professionnelle	3	15
Mémoire professionnel de l'alternant	10	30
Total par étudiant	30	203

Code RNCP	RNCP38208
Méthodes pédagogiques	Enseignement direct, distanciel, études de cas, expériences pratiques
Modalités de suivi et d'évaluation	Contrôle continu – Carnet de bord numérique (rapports mensuels sur Studéa de FormaSup)
Public	Alternants (contrat d'apprentissage)
Pré requis	Bac+3 en communication ou marketing, Licence ou Bachelor avec book de compétences en communication et expériences en communication/marketing digital + maîtrise parfaite du Français
Objectifs	Former des managers de communication responsables et agiles, experts des pratiques du marketing digital et sensibilisés au RSE
Durée	24 mois
Volume horaire	463 heures

1.8 Calendrier

L'alternant.e effectue 38 semaines en entreprise et 13 semaines de cours (10 semaines à l'Université et les vendredis en dehors de l'Université jusqu'en mai sont des cours en distanciel) et a droit à 5 semaines de congés payés. L'entreprise et l'alternant sont libres de les placer d'un commun accord à n'importe quel moment de l'année sur une période entreprise.

MASTER 1

Mois	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31				
1	V																																		
2	S	1 L																																	
3	D	2 M																																	
4	L	3 M																																	
5	M	4 J	Reprise																																
6	M	5 V	Début semestre 7																																
7	J	6 S																																	
8	V	7 D																																	
9	S	8 L																																	
10	D	9 M																																	
11	L	10 M																																	
12	M	11 J																																	
13	M	12 V																																	
14	J	13 S																																	
15	V	14 D																																	
16	S	15 L																																	
17	D	16 M																																	
18	L	17 M																																	
19	M	18 J																																	
20	M	19 V																																	
21	J	20 S																																	
22	V	21 D																																	
23	S	22 L																																	
24	D	23 M																																	
25	L	24 M																																	
26	M	25 J																																	
27	M	26 V																																	
28	J	27 S																																	
29	V	28 D																																	
30	S	29 M																																	
31	D	30 M																																	
		31 V																																	

MASTER 2

Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Jun	Juliet	Août	Septembre			
1 V	1 L	1 M	1 S	FÊTÉ	1 L	1 J	FÊTÉ	1 D	1 D	1 M	1 V	FÊTÉ	1 L	1 M	1 S	1 M
2 S	2 M	2 J	2 D		2 M	2 V		2 L	2 L	2 J	2 S		2 M	2 J	2 D	2 M
3 D	3 M	3 V	3 L		3 M	3 S		3 M	3 M	3 V	Distanciel	3 D	3 M	3 V	3 L	3 J
4 L	4 J	Reprise	4 S	4 M	4 J	4 D	4 M	4 M	4 S	4 L	4 J	4 S	4 M	4 S	4 M	4 V
5 M	5 V	5 D	5 M	5 M	5 V	Distanciel	5 L	5 J	5 J	5 D	5 M	5 V	5 V	5 D	5 M	5 S
6 M	6 S	6 L	6 J	6 J	6 S	6 M	6 V	6 V	Distanciel	6 L	FÊTÉ	6 M	6 S	6 L	6 J	6 D
7 J	7 D	7 M	7 V	7 V	7 D	7 M	7 S	7 S	7 M	7 M	7 J	7 D	7 D	7 M	7 V	7 L
8 V	8 L	8 M	8 S	8 S	8 L	8 J	8 D	8 D	8 M	8 M	8 V	FÊTÉ	8 L	8 M	8 S	8 M
9 S	9 M	9 J	9 D	9 D	9 M	9 V	9 L	9 L	9 J	9 L	9 S	9 M	9 M	9 J	9 D	9 M
10 D	10 M	10 V	10 L	10 L	10 M	10 S	10 M	10 M	10 V	Distanciel	10 D	10 M	10 M	10 V	10 L	10 J
11 L	11 J	11 S	11 M	FÊTÉ	11 J	11 D	11 M	11 M	11 S	11 L	11 J	11 S	11 M	11 M	11 V	11 V
12 M	12 V	12 D	12 M		12 M	12 V	Distanciel	12 L	12 J	12 D	12 M	12 V	12 V	12 D	12 M	12 S
13 M	13 S	13 L	13 J	13 J	13 S	13 M	13 V	Distanciel	13 V	Distanciel	13 L	13 M	13 S	13 L	13 J	13 D
14 J	14 D	14 M	14 V	14 V	14 D	14 M	14 S	14 S	14 M	14 J	FÊTÉ	14 D	14 M	FÊTÉ	14 V	14 L
15 V	FÊTÉ	15 L	15 M	15 S	15 L	15 J	15 D	15 D	15 M	15 V	15 V	15 L	15 M	15 S	FÊTÉ	15 M
16 S	16 M	16 J	16 D	16 D	16 M	16 V	Distanciel	16 L	16 L	16 J	16 S	16 M	16 M	16 J	16 D	16 M
17 D	17 M	17 V	17 L	17 L	17 M	17 S	17 M	17 M	17 V	17 V	17 D	17 M	17 M	17 V	17 L	17 J
18 L	18 J	18 S	18 M	18 M	18 J	18 D	18 M	18 M	18 S	18 S	18 L	18 J	18 S	18 M	18 V	18 V
19 M	19 V	19 D	19 M	19 V	19 V	Distanciel	19 L	19 J	19 J	19 D	19 M	19 V	19 V	19 D	19 M	19 S
20 M	20 S	20 L	20 M	20 S	20 L	20 S	20 M	20 V	20 S	20 M	20 M	20 S	20 M	20 L	20 J	20 D
21 J	21 D	21 M	21 V	21 V	21 D	21 M	21 S	21 S	21 M	21 M	21 J	21 D	21 M	21 M	21 V	21 L
22 V	22 L	22 M	22 J	22 S	22 L	22 J	22 D	22 D	22 M	22 V	22 L	22 M	22 M	22 S	22 S	22 M
23 S	23 M	23 J	23 D	23 D	23 M	23 V	Distanciel	23 L	23 L	23 J	23 S	23 M	23 M	23 J	23 D	23 M
24 D	24 M	24 V	Distanciel	24 L	24 M	24 S	24 M	24 M	24 V	24 D	24 M	24 M	24 M	24 V	24 L	24 J
25 L	25 J	25 S	25 M	25 M	25 J	FÊTÉ	25 D	25 M	25 S	25 L	FÊTÉ	25 J	25 S	25 M	25 M	25 V
26 M	26 V	26 D	26 M	26 M	26 V	26 L	26 L	26 J	26 D	26 M	26 V	26 M	26 V	26 D	26 M	26 S
27 M	27 S	27 L	27 J	27 J	27 S	27 M	27 V	Distanciel	27 V	Distanciel	27 L	27 M	27 S	27 L	27 J	27 D
28 J	28 D	28 M	28 V	28 V	28 D	28 M	28 S	28 S	28 M	28 J	28 D	28 M	28 M	28 V	28 S	28 L
29 V	29 L	29 M	29 S	29 S	29 L	29 J	29 D	29 M	29 V	29 L	29 L	29 M	29 M	29 S	29 S	29 M
30 S	30 M	30 J	30 D	30 D	30 M	30 V	Distanciel	30 L	30 J	30 S	30 M	30 M	30 M	30 J	30 D	30 M
31 D		31 V			31 M			31 M		31 D				31 L	Soutenances	

1.9 Alternance

Un seul type de contrat est possible :

- Le contrat d'apprentissage

Toutes les informations relatives aux contrats (rémunérations, avantages, aides, ...) sont sur le site Formasup Ain-Rhône-Loire.

<https://www.formasup-arl.fr/alternant>

2. ARTICULATION PEDAGOGIQUE ET PROFESSIONNELLE

L'ancrage en sciences de l'information et de la communication permet d'articuler dans la formation une dimension professionnalisante et une approche analytique. Cette singularité se caractérise par une importance accordée à :

- Une expérience professionnelle significative (plus de 16 mois sur le terrain professionnel).
- Une part conséquente donnée aux pratiques professionnelles dans l'obtention du diplôme (40% des crédits ECTS).
- L'animation d'une partie des cours par des professionnels en activité (en moyenne 50%).
- Des séances d'analyse de la pratique qui permettent de développer une réflexion sur les expériences professionnelles vécues par les étudiants et de gagner en maturité.
- La présence des organisations professionnelles et des entreprises dans le Comité de Pilotage du Master et le Conseil de Perfectionnement.
- Un carnet de bord numérique élaboré sous forme de rapport mensuel qui permet d'accompagner l'alternant dans son évolution professionnelle signé par le trinôme alternant/tuteur pédagogique/tuteur entreprise.
- Un rapport professionnel évalué par le tuteur pédagogique et une soutenance orale évaluée également avec le tuteur professionnel en fin de Master 2.
- La réalisation sur deux ans d'un mémoire de recherche appliqué permettant d'acquérir des connaissances théoriques et méthodologiques en sciences de l'information et de la communication et donnant lieu à une soutenance orale en fin de M2 devant un Jury.

Des cahiers des charges précis sur ces travaux sont transmis aux étudiants à la rentrée.

L'évaluation des enseignements est mise en œuvre selon les modalités définies par l'intervenant.e en fonction de la nature de son cours et de ses propres méthodes d'évaluation. Elle peut donc prendre la forme :

- d'un examen individuel écrit et/ou oral,
- d'un travail de groupe écrit et/ou oral,
- d'une moyenne de notes obtenues sur différents travaux écrits et/ou oraux.

L'enseignant.e présente, lors de la 1ère séance de cours, ses exigences en termes d'évaluation de son enseignement.

Toutes les modalités d'évaluation sont précisées dans le RGE – Règlement des Etudes de l'Université

<https://www.univ-st-etienne.fr/fr/formation/reglement-general-des-etudes.html?search-keywords=r%C3%A8glement+int%C3%A9rieur+ujm>

2.1 Redoublement

Possible uniquement après avis du Jury.

3. REGLES DE VIE DU MASTER

Échanges avec la scolarité et les enseignant.e.s

Tous les échanges avec les étudiant.e.s s'effectuent via leur adresse universitaire. Par ailleurs, il est également demandé à l'étudiant.e d'utiliser son adresse mail universitaire pour toutes ses correspondances avec la scolarité et l'équipe pédagogique. L'étudiant.e devra donc veiller à consulter régulièrement sa messagerie.

Assiduité – bonnes pratiques

Lorsqu'un.e étudiant.e doit s'absenter pour raison exceptionnelle autre que médicale ou officielle, il/elle doit en amont :

- Informer l'enseignant.e avec qui il/elle avait cours, par mail ou whatsapp
- Informer et obtenir l'autorisation écrite (par mail) des responsables pédagogiques,
- Informer par mail la scolarité pour que l'absence soit bien régularisée, en mettant en copie du mail les responsables pédagogiques.
- Prévenir son employeur et obtenir obligatoirement son autorisation en mettant en copie les responsables de formation et la gestionnaire de scolarité

Sans le suivi de cette procédure, l'absence sera injustifiée.

Retards et savoir-vivre

Conformément au règlement d'étude, l'enseignant est en droit de ne pas admettre les retards ou, de façon plus générale, le non-respect de l'horaire des séances. Dans cette hypothèse, un retard injustifié peut être assimilé à une absence injustifiée. Tout retard doit faire l'objet d'un appel ou d'un mail à l'enseignant concerné et à la gestionnaire de scolarité.

De même, afin de pouvoir travailler dans une ambiance sereine et bienveillante, un.e étudiant.e qui ferait preuve de non-respect envers un.e camarade ou un.e enseignant.e pourrait être exclu.e de cours. L'exclusion du cours peut donner lieu à une absence non-justifiée. Si l'incident se répète, une commission pédagogique se réunira pour prendre des mesures de sanctions.