

## Sommaire :

### OFFRE DE FORMATION DE L'IAE DE SAINT-ETIENNE ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.

3

ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.

### LES OFFRES EN INFORMATION-COMMUNICATION À L'UNIVERSITÉ JEAN MONNET

ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.

### PARCOURS DESIGN DE COMMUNICATION : MANAGEMENT ET MARKETING DIGITAL

5

<b>PRÉSENTATION DE LA MENTION</b>	<b>5</b>
DÉBOUCHÉS POSSIBLES	5
<b>OBJECTIFS</b>	<b>6</b>
<b>DESCRIPTIF DES COURS</b>	<b>7</b>
MASTER 1- STRATÉGIES DE COMMUNICATION, MANAGEMENT ET MARKETING DIGITAL	7
MASTER 2 - STRATÉGIES DE COMMUNICATION, MANAGEMENT ET MARKETING DIGITAL	7
<b>RÈGLEMENT D'ÉTUDE</b>	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
ÉCHANGES AVEC LA SCOLARITÉ ET LES ENSEIGNANT.E.S	7
ASSIDUITÉ	7
<b>ALTERNANCE ET VALORISATION DE L'EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE</b>	<b>8</b>
VALIDATION DE L'ALTERNANCE	9
CARNET DE BORD NUMÉRIQUE ET RAPPORT D'ACTIVITÉ	10
<b>RAPPORT PROFESSIONNEL</b>	<b>10</b>
LES COMPÉTENCES À L'ŒUVRE DANS LE LIVRET DE L'ALTERNANT	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
<b>MÉMOIRES DE RECHERCHE</b>	<b>11</b>
ÉVALUATION DU MÉMOIRE DE RECHERCHE	12
<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>12</b>
CONTRÔLE DES CONNAISSANCES	12
CONSULTATION DES COPIES	12
MESURES ANTI-PLAGIAT	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
<b>RÈGLES RELATIVES À L'ADMISSION</b>	<b>13</b>
SESSION 2 (RATTRAPAGE)	13
<b>ABSENCES ET MODALITÉS DE RATTRAPAGES</b>	<b>13</b>
REDOUBLEMENT	14
<b>USAGE DES LANGUES ET CERTIFICATION EN LANGUE</b>	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
<b>USAGE DES TICE</b>	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
LES SERVICES NUMÉRIQUES POUR LES ÉTUDIANT.E.S	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
<b>LE SERVICE D'ORIENTATION D'INFORMATION ET DE DOCUMENTATION (CAP Avenir)</b>	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
RESSOURCES DOCUMENTAIRES	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
ENTRETIEN INDIVIDUEL	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
PROJET PROFESSIONNEL ET AIDE À LA RECHERCHE DE L'ALTERNANCE	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
LE DEVENIR DES ÉTUDIANT.ES DE L'UNIVERSITÉ JEAN MONNET	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
DÉCOUVREZ « CAREER CENTER », VOTRE PLATEFORME D'INSERTION PROFESSIONNELLE	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
<b>BONIFICATIONS :</b>	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
RÉGIMES SPÉCIAUX	ERREUR ! SIGNET NON DÉFINI.
<b>LE MOT DE LA FIN</b>	<b>14</b>



## Les offres en INFORMATION-COMMUNICATION à l'Université Jean Monnet

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, l'Ecole de Management de l'Université.**

La filière Information et communication s'initie actuellement en Master. Tournée vers les métiers de demain, elle affiche clairement ses ambitions de **former les étudiant.e.s aux enjeux du digital dans le domaine de la communication, du management et du marketing digital**. Pour cela, la formation en Info-Com à Saint-Etienne fait appel à des **pédagogies innovantes** (tels que des formats hybrides, du coaching, classe inversée, carnet de bord numérique, etc...) faisant le lien entre la **recherche action et les pratiques professionnelles** afin d'accompagner les organisations dans la transition digitale tout en prenant en compte les enjeux d'aujourd'hui et de demain, tel que l'environnement, les discriminations, l'entraide et la bienveillance.

Depuis 2016, les formations de l'IAE Saint Etienne se sont donc enrichies d'un nouveau parcours de master en **Communication**.

---

### → Responsables pédagogiques du parcours :

MARIELLE TOULZE [marielle.toulze@univ-st-etienne.fr](mailto:marielle.toulze@univ-st-etienne.fr)

JULIETTE DELARUE-QUAIREL [juliette.delarue.quairel@univ-st-etienne.fr](mailto:juliette.delarue.quairel@univ-st-etienne.fr)

### → Gestionnaire de scolarité-Partie administrative :

SOLENE DURAND [solene.durand@univ-st-etienne.fr](mailto:solene.durand@univ-st-etienne.fr)

### → Envie d'en savoir plus sur nos formations ?

<https://master-communication-digitale.fr>

<https://www.facebook.com/iae.mcemd/>

<https://www.linkedin.com/school/master-communication-et-marketing-digital/>



# PARCOURS STRATEGIES DE COMMUNICATION : MANAGEMENT ET MARKETING DIGITAL

## Présentation de la mention

La mention vise à développer des savoir-faire dans la **conception, le développement et la mise en œuvre de projets de communication avec une forte expertise digitale.**

Il s'agit de former des professionnels de la communication qui pensent, mobilisent et conçoivent des outils et des pratiques digitales pour participer à l'innovation sociale, culturelle, économique et entrepreneuriale.

Le parcours *Stratégies de Communication, management et marketing digital* vise à acquérir des compétences pratiques et théoriques en matière de stratégies communicationnelles digitales. De l'apprentissage des techniques managériales désormais modifiées par le numérique, la formation offre aux étudiant.e.s la possibilité d'inscrire leur projet professionnel dans la perspective des mutations des métiers de la communication d'entreprise et institutionnelle.

## Débouchés possibles

- Chef de projet digital
- Chargé.e/Responsable de communication
- Chargé.e de communication digitale
- Responsable marketing et communication
- Consultant.e SEA/SEO
- Responsable marketing digital
- Chef de projet influence
- Chef de projet évènementiel
- Chef de produit
- Traffic Manager
- Consultant en stratégie digitale
- Community Manager
- Brand Marketing Manager
- Chef de projet digital
- Digital Marketing Manager
- CRM manager omni Channel
- Chef de projet e-commerce
- Consultant web marketing
- Social média manager
- Brand manager

## Objectifs

Le Master Stratégies de Communication, Management & Marketing digital vise à **former des managers de la communication digitale et du brand management** (responsable de la communication, chef de projet digital, brand manager, social media manager, ...) dans un environnement social, professionnel et environnemental en permanente mutation par le digital et les enjeux du développement durable.

**A la croisée de l'acquisition des fondamentaux de la stratégie marketing, des méthodes de communication off et on line**, des connaissances pratiques des usages et outils du numérique, cette formation offre une approche très complète des **stratégies de communication de marque à l'heure du numérique**. Par ailleurs, une place importante est également faite à la recherche suite aux bouleversements que connaissent nos sociétés en lien avec le numérique.

Le Master vise à permettre aux étudiants d'acquérir un socle de **connaissances pragmatiques** des enjeux auxquels sont confrontés les communicants en entreprise grâce à un encadrement formés **de chercheurs, d'experts et de professionnels de la communication et du digital**.

Il s'agit d'un master **en alternance qui se déroule sur 4 semestre (M1, M2)**, avec des modules d'analyse de la pratique professionnelle pour la préparation des jeunes au monde professionnel qu'ils sont amenés à côtoyer dans le cadre de leur alternance.

Les deux années se déroulent de la façon suivante :

- 7 semaines de cours intensifs au premier semestre (S7-S9) pour préparer les étudiants au mieux à leur insertion dans leur alternance 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 (janvier-mai)
- La répartition des cours répond à un besoin de diversité pédagogique et se compose de séminaires d'enquêtes, de **workshop**, de cours de cultures de la communication, 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. C'est-à-dire, des projets qui intègrent une réflexion sur l'environnement (comme la pollution numérique), l'économie solidaire ou encore l'inclusivité sociale.
- Les étudiant.e.s sont ainsi amené.e.s à **travailler en équipe et en situation d'agence** avec des intervenant.e.s professionnel.le.s au fait des dernières **tendances en marketing digital**.
- 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 **18 mois d'expérience professionnelle**.
- Ces expériences viennent s'ajouter à celles acquises durant les projets en cours. Il est donc important de définir **son projet professionnel** et de l'articuler à la formation : alternance, mémoire et tremplin professionnel sont liés pour permettre une meilleure réussite des étudiant.e.s.

- Des intervenant.e.s sont présent.e.s pour aider l'étudiant.e dans cette démarche, toutefois ils et elles sont encouragé.e.s à faire une première recherche exploratoire autour de leur projet professionnel/universitaire, notamment concernant le choix de l'entreprise, afin de faciliter leur intégration.

## **Descriptif des cours**

### **Master 1- Stratégies de Communication, management et marketing digital**

Cette première année vise à apporter aux étudiant.e.s **un regard renouvelé sur les métiers et les pratiques de la communication dans un contexte de recours aux stratégies digitales**. Elle facilite l'intégration dans le milieu professionnel tout en permettant aux étudiant.e.s d'approfondir leurs connaissances théoriques en Sciences de l'Information et de la Communication. Parallèlement aux cours dispensés, les étudiant.e.s sont mobilisé.e.s sur des projets qui articulent des **actions pratiques** et la construction de **problématiques** autour de projets en communication et marketing en intégrant également la dimension management

### **Master 2 - Stratégies de Communication, management et marketing digital**

Les enseignements dispensés complètent la formation de première année, avec un approfondissement en **communication digitale et une ouverture vers des méthodes et des pratiques professionnelles telles que la création et gestion d'évènements, la conduite de projet, les stratégies d'influence, le développement durable...** L'articulation entre des cours de **recherches en communication sociale** et des enseignements pratiques des outils permettent la réalisation d'un projet professionnel lié aux **innovations de la communication et du marketing digital**.

**Des accompagnements personnalisés** tel que des modules d'analyse de la pratique professionnelle réalisé en petits groupe de 5 ou 6 personnes favorisent l'autonomie des jeunes étudiante.s aussi bien dans la gestion des projets à mener dans la formation mais également permettent un meilleur positionnement du jeune dans son entreprise

### **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**

La formation se déroule en alternance et est donc soumise à la réglementation du travail. En tant que professionnel en apprentissage, la présence en cours comme en entreprise est obligatoire. Les modalités d'évaluation se faisant en contrôle continu, la présence en cours est obligatoire et soumise aux règlement du travail de l'entreprise. **Seuls le certificat médical ou toute justification officielle (convocation, avis de**

**décès...)** peuvent donner lieu à une justification d'absence qui prend la forme d'un arrêt de travail. L'étudiant doit dans ce cas prévenir au plus vite les responsables de formation, la gestionnaire de scolarité ainsi que son tuteur quel que soit le contexte, c'est-à-dire à l'université ou en entreprise.

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,
- 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.**

#### **Absence à un examen ou contrôle continu**

**Une absence injustifiée lors d'un contrôle continu indique l'étudiant.e défaillant.e sur cette matière et ne lui permet pas de valider son semestre.** Seule l'absence justifiée à un contrôle permet à l'étudiant.e de pouvoir passer au « rattrapage » (en session 2). Il doit dans ce cas prendre contact avec l'enseignant responsable du contrôle en mettant la scolarité et les responsables de formation en copie.

Toutes absences non justifiées par un arrêt de travail dans un délai de 48H (conformément au règlement du travail) exposent l'étudiant.e au **non-paiement de son alternance**. **En cas d'absences répétées (justifiées ou injustifiées)**, l'étudiant.e passe devant une commission pour réexaminer le statut de sa formation et sa **validation**.

#### **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.

#### **Rythme de l' Alternance**

L'Alternance occupe une place prépondérante dans la formation. Il est de 400 heures par an en M1 et M2.

- 7 semaines en intensif, de début septembre à fin octobre,
- 4 semaines de séminaires repartis entre janvier et mai.
- 40 semaines en entreprise.

Notre partenaire **FormaSup** gère la contractualisation des contrats. Le Stude@ (livret de l'alternant) est l'outil en ligne qui permet de suivre les étudiants et d'échanger avec le tuteur /tutrice de l'entreprise. A travers cet outils numériques, l'étudiant doit tous les mois compléter son rapport d'activité qui servira par la suite à la rédaction de son mémoire professionnel en fin de M2. Par ailleurs, c'est également à l'aide du livret numérique, que les tuteurs et tutrices peuvent échanger et communiquer autour de l'alternant.e. Enfin, cet outil permet d'établir le compte rendu des visites en entreprises qui se déroulent au moins deux fois par an avec le tuteur ou la tutrice universitaire. Les visites en entreprises peuvent se dérouler en présentiel comme en visio-conférence. A la demande de l'étudiant.e ou de l'un des tuteurs ou tutrices, d'autres rdv sont susceptibles d'avoir lieu.

### Validation de l'alternance

L'alternance permet à l'étudiant.e d'acquérir de l'expérience professionnelle dans les métiers de la communication et/ou du marketing digital. En M1 comme en M2, l'alternance doit s'effectuer **obligatoirement auprès de professionnels de la communication et/ou du marketing (digital)**.

Pour rappel, l'alternance doit correspondre aux **critères suivants** :

- intégrer une agence de communication ou de marketing supervisé par un professionnel de ces domaines soit chez l'annonceur soit en agence
- Ou intégrer une entreprise dotée d'un service de communication et ou de marketing encadré par un professionnel de ce domaine
- Avoir des missions en communication, marketing et digital en lien avec la maquette de la formation et visant à développer les compétences de la formation.
- Dans tous les cas, le choix de l'entreprise dans laquelle l'étudiant.e décide de réaliser son alternance doit être validé par les responsables de formation obligatoirement. Pour rappel, en dernier lieu, ce sont les responsables pédagogiques qui valident ou pas le choix de l'entreprise.

Les objectifs de l'alternance sont :

- de permettre à l'étudiant.e de prendre en charge une mission ou de participer de façon significative à une étude ou à une réalisation au sein d'une structure,
- de mettre en application les notions, concepts et méthodes des enseignements reçus,
- de tester ses capacités d'adaptation personnelle,
- de se perfectionner dans les technologies de l'information et de la communication.
- De **perfectionner ses savoirs-être** qui sont considérés comme des apprentissages fondamentaux dans la formation.

### **Carnet de bord numérique et rapport d'activité**

L'étudiant.e devra rédiger un **carnet de bord numérique** tout au long de son alternance. Ce carnet s'inscrit dans la **continuité des cours en outils numériques** mis en place lors du semestre 1. Cela nécessite d'élaborer du contenu numérique **en relation avec l'expérience professionnelle de l'étudiant.e** :

#### **Les compétences mises à l'œuvre sont :**

- Compléter le stude@ à raison de 1 article par mois entre novembre et avril
- Gérer le back office,
- Maîtriser l'écriture web (usage de la photo, vidéo, illustrations graphiques),
- Avec une attention particulière sur la qualité rédactionnelle et l'orthographe,
- Être en mesure de communiquer sur l'entreprise,
- Valoriser les événements, les produits et services de cette dernière,
- Décrire et valoriser les missions menées
- Analyser les actions menées dans l'entreprise,
- Analyser votre propre progression.

Un brief détaillé est fourni en début d'année afin d'expliquer les attendus du carnet de bord numérique. Cette UE est non rattrapable puisqu'elle se déroule sur l'ensemble de l'année. Enfin le non-respect des délais de rendus entraînent des sanctions sur la note.

### **Rapport professionnel**

L'expérience professionnelle donne lieu à la rédaction d'un **rapport professionnel en M2** (noté de 0 à 20) (coef. 3) ainsi que d'une soutenance (noté de 0 à 20) (coef. 1) avec un jury composé du tuteur universitaire et du tuteur professionnel. Le rapport et la soutenance sont **non rattrapables** puisqu'ils correspondent à l'expérience professionnelle de l'étudiant durant deux ans. Un brief est fourni à l'étudiant et détaille le rendu de ce rapport en début d'année. De même des sessions d'oral blanc sont organisées afin d'aider l'étudiant.e à maîtriser sa présentation. Cela fait partie des fondamentaux de sa formation en communication, savoir exposer un projet, l'argumenter, voire la défendre.

Le rapport professionnel rend compte de l'expérience acquise durant votre alternance. Ce rapport professionnel a pour but de valoriser cette expérience et de savoir la décliner en compétences acquises, en termes de :

- Savoirs (théoriques, analytiques et réflexifs)
- Savoirs-faire (techniques en PAO, vidéo, design, référencement par exemple)
- Savoirs-être (écoute, positionnement individuel et collectif, capacités relationnelles et communicationnelles)

#### **Compétences mobilisées :**

- Expression écrite : orthographe, grammaire, fluidité de l'écriture

- Qualités rédactionnelles : plan clair, argumentation, problématique ou diagnostique
- Savoir réaliser un diagnostic : identifier un ou des problèmes, exprimer les leviers et les freins, savoir proposer ou mettre en avant des solutions concrètes.
- Aptitudes à savoir synthétiser et prioriser les points importants de votre expérience.

### Ressources mobilisées :

Le rapport professionnel prend appui sur différentes UE :

- Carnet de bord numérique avec la rédaction tous les mois de vos activités au sein de votre entreprise (Le@)
- Analyse de la pratique professionnelle qui a lieu en groupe limité avec votre tuteur pédagogique.

Ces deux UE donnent lieu séparément à une évaluation qui est non rattrapable en M2, semestre 10 ; puisqu'il prend appui sur l'expérience professionnelle de l'étudiant qui s'est déroulé durant les deux ans.

Le rapport professionnel prend également appui sur le **livret de l'alternant** (stude@) qui doit être complété tous les mois en ligne à une date fixée en début d'année dans le **calendrier des rendus des travaux**. La rédaction de ce livret numérique est obligatoire et donne lieu à une note en **carnet de bord numérique** (noté de 0 à 20) (coef. 1) en M1 et en M2. Cette UE « carnet de bord numérique » est **non rattrapable** en M2, semestre 10, puisqu'il prend appui sur l'expérience professionnelle de l'étudiant qui s'est déroulé durant les deux ans.

### Mémoires de recherche

Le mémoire est un travail exigeant, nécessitant l'implication des étudiants dans une méthode d'organisation et de réflexion. L'objectif est de proposer aux étudiants de porter un regard d'analyse sur la communication. Pour cela, il est demandé de s'inscrire dans une réflexion axée sur les **enjeux sociétaux** de l'information et de la communication. Dans cette mesure, il s'agit de mener à bien une **réflexion qui prend appui sur des concepts** / théories qui s'inscrivent dans les sciences humaines et sociales et tout particulièrement en sciences de l'information et de la communication.

Ce temps de travail s'élabore dès la première année du master sous la forme **d'un état de l'art en Sciences de l'Information et de la Communication** où l'étudiant.e interroge une ou des pratiques en communication. **Ce travail d'écriture** est l'occasion pour l'étudiant.e de mener une réflexion quant au choix du sujet, l'objectif visé et les attentes, en termes de projet professionnel et / ou de poursuite d'étude. Ce cheminement se poursuit en deuxième année de master et donne lieu à la réalisation d'un mémoire. **Le mémoire est une production importante en Master 2**. Afin de garantir le succès des étudiants dans ce travail, un nombre conséquent d'heures de formations en M1 et en M2 sont consacrés à l'apprentissage des méthodologies de recherche, à l'analyse visuelle, à l'écriture et à la problématisation. L'objectif est de permettre aux étudiant.e.s d'acquérir des compétences d'analyse critique et de

réflexivité essentielle pour devenir un manager de la communication et savoir coordonner des projets d'envergure.

### Évaluation du mémoire de recherche

Le mémoire de recherche donne lieu à deux évaluations : une sur la rédaction du mémoire et la soutenance du mémoire. Des tuteurs et tutrices pédagogiques accompagnent les étudiant.e.s tout au long de l'élaboration du mémoire. La soutenance se fait en présence de deux enseignants. (noté de 0 à 20) (coef. 3). Ce mémoire prend appui en M2 sur :

1. Semestre 9, UE1- Séminaires et méthodologies en SIC.
  - a. Techniques d'enquêtes
  - b. Positionnement du mémoire
  - c. Atelier d'écritures
  
2. Semestre 10, UE1- Démarche de recherche et construction du mémoire en SIC.
  - a. Concepts fondamentaux
  - b. Atelier d'écriture
  - c. Méthodologie en études visuelles

Cette UE est non rattrapable en S10, session 2.

### Modalités d'évaluation

L'évaluation de l'ensemble de la formation s'effectue en **contrôle continu**. Ces évaluations peuvent donner lieu à un oral, un rendu de dossier, un examen sur table, un exposé de projet en groupe ou en individuel. Tous les modules donnent lieu à une **évaluation individuelle** et/ou collective.

**ATTENTION** : Les dates de rendu des travaux doivent impérativement être respectées par les étudiant.e.s.

### Contrôle des connaissances

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 1<sup>ère</sup> séance de cours, ses exigences en termes d'évaluation de son enseignement.

### Consultation des copies

L'étudiant.e doit prendre contact avec l'enseignant.e pour toutes questions relatives à la consultation des copies. La démarche s'effectue auprès de l'enseignant.e référent.e du module pédagogique qui déterminera lui/elle-même la date de la consultation de la copie. Un rendez-vous peut être également organisé avec l'enseignant si nécessaire.

## Règles relatives à l'admission

Pour être admis.e, l'étudiant.e doit obtenir une moyenne générale de **10 sur 20 pour chaque semestre**. La compensation s'exerce entre les enseignements constituant une même unité d'enseignement (UE) et entre les UE **d'un même semestre**.

### Session 2 (rattrapage)

L'étudiant.e ayant obtenu une moyenne générale inférieure à 10/20 à l'un des semestres est autorisé.e à se présenter à des épreuves de deuxième session, **dont la forme sera définie par l'enseignant chargé du cours concerné**. Ces épreuves concernent alors uniquement, au sein du semestre non acquis, les UE non acquises (moyenne inférieure à 10/20) et, dans ces UE, uniquement les enseignements non acquis (moyenne inférieure à 10/20). Dans le cadre de la session 2 (rattrapage), les étudiant.es sont amenés à choisir deux matières par UE avec un maximum de **4 matières** à passer. Voir le calendrier de la formation concernant les dates d'inscription à la session 2.

- **En M2, les APP et le carnet de bord numérique ne peuvent pas donner lieu à un rattrapage (session 2).**
- **En M2, le mémoire et la soutenance (Recherche ET professionnel) ne peuvent pas donner lieu à un rattrapage (session 2).**

**Attention ! La note de session 2 vient écraser la note de session 1.**

En M1, pour des raisons liées aux outils informatiques, la session 2 du module « PAO et design numérique » se fait sous la forme d'un examen sur table en présentiel. Il en est de même en M2, la session 2 du module « PAO et Web design », se fait sous la forme d'un examen sur table en présentiel. Pour tous les autres rattrapages, c'est l'équipe pédagogique qui définit si cela doit donner lieu à un rendu en distanciel (sous forme d'un dossier par exemple) ou d'un devoir sur table.

### Absences et modalités de rattrapages

En cas d'absence dument justifiée (cas de force majeure) à la 1<sup>ère</sup> session, l'étudiant.e a la possibilité de repasser en deuxième session la ou les matières concernées par l'absence, mais **les modalités de ce rattrapage doivent être validées par la responsable de la formation**.

L'enseignant.e et le/la responsable de la formation peuvent être amené.e.s à rejeter une justification non valide et déclarer l'étudiant.e défaillant.e pour cette 1<sup>ère</sup> session. En cas d'absence non justifiée à un examen de 1<sup>ère</sup> session, l'étudiant.e sera automatiquement considéré.e comme défaillant.e en session 1. **La commission pédagogique étudiera si, oui ou non, l'étudiant a le droit de passer le rattrapage. Des éléments complémentaires pourront être demandés à l'étudiant afin de comprendre les conditions de l'absence à une évaluation.**

En cas d'absence justifiée aux épreuves de rattrapage, la note obtenue à la première session sera automatiquement retenue comme note finale. En cas d'absence injustifiée aux épreuves de rattrapage, l'étudiant.e sera automatiquement considéré.e

comme défaillant.e à la formation. Si pour une ou plusieurs matières, l'étudiant.e est défaillant.e aux deux sessions, il sera automatiquement ajourné.

### **Redoublement**

Le redoublement est **exceptionnel**. Il fait l'objet d'une étude au cas par cas par la commission pédagogique qui prend en compte divers éléments, comme l'état de santé, les difficultés personnelles, les résultats de l'étudiant.e, son projet professionnel mais également son absentéisme s'il y a lieu. Les UE acquises sont conservées d'une année sur l'autre avec les notes précédemment obtenues.

Pour les UE non acquises, l'étudiant.e garde les notes des enseignements où il a obtenu la moyenne. Il ne repasse donc que les enseignements où il n'a pas la moyenne dans les UE non acquises. L'étudiant.e doit dans ce cas se réinscrire administrativement à l'Université dans la formation redoublée et verser les frais d'inscription universitaires correspondants.

### **Le mot de la fin**

Nous vous souhaitons de passer une agréable année **enrichissante** tant d'un point de vue universitaire, professionnel mais aussi **humain**. L'équipe pédagogique ainsi que l'équipe de scolarité met tout ton œuvre pour vous accompagner au mieux durant ces deux années de formation. Nous vous souhaitons de vous **épanouir dans votre formation** et dans les rencontres que vous serez amenés à faire. Vos enseignant.e.s et l'équipe pédagogique sont là pour vous accompagner dans **la réussite de votre projet universitaire et professionnel**.

Marielle Toulze, Juliette Quairel, responsables pédagogiques du Master

---

## Maquette et calendriers

