

MASTER INFORMATION, COMMUNICATION

Parcours Data Analytics et Stratégie de l'Information

UFR Ingémédia - InfoCom

PRÉSENTATION

Le Master Information, Communication parcours Data Analytics et Stratégie de l'Information se déroule en deux années et vise à former de jeunes experts et chercheurs dans l'analyse stratégique de l'information et des données numériques (web analytique, social média analytique, intelligence économique, traitement - interprétation - consolidation des données stratégiques, exploration de corpus SHS). Le master est basé sur une triple compétence :

- Acquisition de compétences théoriques et pratiques poussées dans le traitement des données : exploration, extraction, analyse, interprétation et visualisation.
- Développement des compétences analytiques et prédictives permettant l'optimisation des décisions stratégiques des entreprises pour repenser leur innovation, communication et services (entreprise data-driven).
- Mobilisation de l'analytique web et social pour la prise de décision et la performance marketing des entreprises

La formation permet de définir et de mettre en œuvre les méthodes de conduite, d'encadrement et de suivi de projets d'analyse ou études prospectives liés au web et à l'exploitation des données numériques. Dans le cadre du Master Information, Communication parcours Data Analytics et Stratégie de l'Information, les étudiants sont amenés :

- A développer des compétences techniques
- A mettre en œuvre des compétences méthodologiques (approches collaboratives et créatives) dans le cadre de projets de réalisations collectives
- A acquérir une démarche scientifique en Sciences de l'Information et de la Communication et à questionner le rôle des technologies de l'information et de la communication dans leur globalité et leur complexité.

DÉBOUCHÉS PROFESSIONNELS

- Data Manager, Data analyste, Data journaliste : chargé / chargée d'études du système d'information à l'analyse des données
- Responsable connaissance clients (Marketing Data Officer, CIM).
- Management et ingénierie études, recherche et développement
- Chef de projet, Médiateur et animateur d'intelligence économique, chargé de la veille et conseil en information
- Chef de projet Analytics; Traffic Manager, chargé d'études e-réputation, Ingénieur conseil en information et management des données...



INFORMATIONS GÉNÉRALES

- **Durée des études** : 2 ans
- **Lieu** : Campus Porte d'Italie - Toulon
- Formation Initiale et Formation Professionnelle

CONDITIONS D'ACCÈS

- **Admission en M1** : Pas accès direct. Candidature sur la plateforme nationale www.monmaster.gouv.fr/
- **Admission en M2** : *Etudiants inscrits à l'Université de Toulon* : vous validez votre M1 : vous pourrez vous réinscrire en ligne au niveau M2 de la même mention après obtention de vos résultats définitifs (1^{re} et 2^e sessions). *Etudiants venant d'une autre université ou d'un M1 d'une autre mention* : Pas d'accès direct, vous devez remplir un formulaire de candidature en ligne : www.ingemedi.net

INSCRIPTION

Consultez le site : www.univ-tln.fr

RESPONSABLE

- **Sami BEN AMOR**, Enseignant - chercheur, sami.ben-amor@univ-tln.fr

ENSEIGNEMENTS PARCOURS DATA ANALYTICS ET STRATÉGIE DE L'INFORMATION

SEMESTRE 1

- › **UE11 Initiation recherche**
 - Approches socio-économiques des Industries culturelles
 - Approches des théories, histoire des SHS et pratique scientifique
 - Les humanités et le numérique
- › **UE12 Ateliers prof. Mult. 1**
 - Atelier développement
 - Atelier gestion des bases de données
 - Design graphique niveau I
 - Approche projet
- › **UE13 Enseignements transversaux**
 - Enseignements transversaux (anglais 18h, droit,..)
 - Design, communication et médias sociaux
 - Veille et gestion de l'innovation
- › **UE14 Projet production numérique et méthodologie stage**
 - Préparation stage, Brief et Note d'intention
 - Etude marketing et managériale
- › **UE17 Big data et digital web analytics**
 - Atelier analyse des données web (digital web analytics)
 - Atelier data marketing et e-commerce
 - Atelier big data, big knowledge
 - Atelier statistiques appliquées au marketing

SEMESTRE 2

- › **UE21 Théorie des SIC et enseignements transversaux**
 - Méthodologie SIC
 - Communication digitale
 - Enjeux socioculturels des technosciences
 - Traitement information - Cartographies - out of the box
 - Ressources documentaires (Db, Thesaurus, Classification, Ontologies)
 - Anglais
 - › **UE22 Projet production numérique**
 - Dossier de production
 - Soutenance
 - › **UE23 Stage professionnel**
 - › **UE26 Intelligence économique et science des données**
 - Atelier analyse des données sociales
 - Atelier marketing digital II
 - Analyse prédictive et intelligence des données
 - Atelier analyse, visualisation et traitement des données (dev II)
- › **SEMESTRE 3**
- › **UE31 Mutations & nouvelles médiations S-I-C**
 - Approches socio techniques et culture technique –dispositifs, enjeux, usages, médiations
 - Industries culturelles et créatives,

communication augmentée

- Traitement de l'information et humanités digitales
- › **UE32 Projet production numérique**
 - Brief et note d'intention
 - Dossier de production
- › **UE33 Environnements digitaux / Nature enjeux et perspectives**
 - Innovation et numérique
 - Enjeux de la communication digitale
 - LV (anglais)
- › **UE36 Datas, sécurité et enjeux stratégiques de l'information**
 - Atelier stratégie de l'information
 - Atelier data intelligence et stratégie des entreprises
 - Atelier narration des données
 - Atelier représentation des données et fouille de textes
 - Atelier pratique du brevet
 - Atelier big Data - Sécurité des données
 - Atelier data marketing avancée

SEMESTRE 4

- › **UE41 Projet production numérique**
 - Soutenance
 - Autoévaluation et dossier final
 - Encadrement projet
- › **UE42 Méthodologie Stage, mémoire**
 - Mémoire

STAGE / INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- **En M1** : Durée du stage : 12 semaines au minimum,
- **En M2** : Durée du stage : 16 semaines au minimum.

Le stage est encadré et évalué par un enseignant-chercheur sur la base d'un mémoire de stage, d'une soutenance orale et d'une évaluation par le tuteur en entreprise. Le stage entreprise donne l'occasion aux étudiants de s'insérer dans une culture d'entreprise en France ou à l'étranger dans la perspective d'une employabilité immédiate. Le stage recherche peut permettre la poursuite en thèse sous réserve de validation par l'École Doctorale.



CONTACTS

UFR INGÉMÉDIA

Campus Porte d'Italie - Toulon • Avenue Roger Devoucoux • 83000 TOULON

Tél. : 04 83 36 63 01

Email : ufr-ingemedia@univ-tln.fr

Web : www.ingemedia.net

SERVICE ACCOMPAGNEMENT EN ORIENTATION ET INSERTION

DEVE • Bâtiment V1 • Rez de chaussée
Campus de La Garde • Avenue de l'Université
• 83130 LA GARDE

04 94 14 67 61 • saoui@univ-tln.fr

@univtoulon

