

Domaine : Information et communication - **Thématique(s) :** Communication institutionnelle

DIPLÔMES NATIONAUX

MASTER 2 COMMUNICATION OPTION ENTREPRISES, INSTITUTIONS, VIE POLITIQUE À TEMPS PLEIN

Le Celsa propose deux options de master professionnel jumelées sur 230 heures, dédiées à la communication publique et politique. L'option Vie politique prépare aux métiers de la communication dans la sphère politique et des institutions européennes ou de l'Etat. L'option Territoires et culture propose une spécialisation en communication autour du développement des territoires, notamment sur les registres culturel et touristique.

🕒 **Durée de la formation :** 2 semestres (500h)
📅 **Dates :** Voir le calendrier
📍 **Lieu :** 77 Rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine
💶 **Tarif :** 8600 €

Modalité : Présentiel
CPF : Éligible
ECTS : 60
Formation : Diplômante

PRÉSENTATION

OBJECTIFS

Cette formation prépare aux métiers de la communication dans la sphère publique et politique. Elle possède un tronc commun de 230h (UE1 + UE2) avec l'option « Entreprises, institutions, Territoires et Culture ». Elle s'en distingue à raison de 120h (UE3) spécialisées dans le domaine de la communication politique. Ce master prépare à des fonctions de communication au sein des institutions publiques et/ou politiques et/ou culturelles, qu'elles soient nationales, européennes ou locales. Il est aussi propice à une évolution professionnelle en agence (ex. affaires publiques), en institut de sondage ou dans des organisations internationales.

Dans notre Europe en crise, la communication se trouve plus que jamais à la croisée du politique, du médiatique, du juridique et de l'éthique. Les dynamiques paradoxales de globalisation et de fracturation qui travaillent nos sociétés interrogent les performances de la communication politique et/ou publique. Quelle part peuvent-elles prendre dans la résorption des ruptures qui menacent nos sociétés ? De quelle façon la digitalisation peut-elle servir ce dessein ? Cette option de master explore spécifiquement :

- § la communication politique digitale
- § la mise en marque du « jeu » politique et celle de l'Etat lui-même
- § les enjeux légistiques et communicationnels du travail parlementaire
- § les techniques de mobilisation sur les causes d'intérêt général et humanistes
- § les campagnes et stratégies d'influence de l'Etat

COMPÉTENCES VISÉES

- des prédispositions personnelles au métier de communicant(e)
- un intérêt vif pour la vie politique française, voire internationale
- une sensibilité, plus généralement, aux questions politiques, sociales et institutionnelles
- un minimum de repères en communication politique (histoire, auteurs..)
- un projet professionnel dans la sphère publique et/ou politique, ou au moins en rapport avec elles (cf. affaires publiques ou relations institutionnelles des entreprises)

RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Isabelle Lebreton-Falezan

INFORMATIONS

Formation inscrite au RNCP : Oui
Code RNCP : 38208

| | |
|----------------|--------------------------------|
| Session | DU 10/09/2024 AU 31/01/2025 |
|----------------|--------------------------------|

CONTACT

📞 01 46 43 76 14
✉ ingrid.gay@sorbonne-universite.fr
Information, conseil, validation du projet de formation

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias

PUBLIC VISÉ ET PRÉ-REQUIS

Deux types de public sont concernés par cette formation :

Les étudiants de formation initiale diplômés de niveau Bac+4, venant de toutes disciplines

Tout professionnel en projet de transition professionnelle (PTP) désireux de se former davantage, de se réorienter, de dynamiser sa carrière et/ou de légitimer les fonctions qu'il exerce déjà.

La rencontre entre les deux publics étudiants et professionnels, constitue une impulsion propice à une dynamique de groupe harmonieuse, synonyme d'échanges d'expériences et de talents complémentaires.

PROGRAMME

UE 1 : Approches théoriques de la communication des organisations (10 ECTS) Tronc commun

A. Théories de l'information et de la communication

- Théories de l'Information et de la Communication
- Sémiologie
- Analyse communicationnelle de la vie politique française

B. Théories de l'information et de la communication

- Penser sur l'Europe
- Études politiques, sondages et études quantitatives

C. Stratégies de communication dans l'environnement économique et social

- Espace public, opinion publique et institutions publiques : convergences et conflits
- Principe de communication culturelle et muséale
- Problématiques institutionnelles françaises et européennes

UE 2 : Spécialisation professionnelle – Communication politique et des institutions publiques (20 ECTS). Tronc commun

A. Transformations médiatiques de la communication des institutions publiques

- Stratégies presse en politique
- Data stratégie en communication des Armées
- Constructions médiatiques du politique
- Conduite de projet et mise en situation professionnelle
- Innovations digitales en communication politique et publique

B. Compétences et fondamentaux de la communication publique et politique

- Principes de communication publique et politique
- Approche théorique de la communication politique de crise
- Techniques du plan de communication en institution publique
- Relations institutionnelles

C. Stratégies politiques et d'influence dans l'espace local et européen

- Transformations du monde local entre institutions et projets politiques
- Théories et pratiques de la participation citoyenne. Le cas de la vie de Paris

- Affaires publiques et gestion du risque réglementaire
- Stratégies d'influence dans le cadre communautaire

D. Langue vivante

Anglais appliqué à la sphère publique et politique

UE 3 : Outils d'aide à la décision et méthodologies professionnelles en Communication politique – UE spécifique au cursus « Entreprises, institutions, , vie politique » (10 ECTS)

A. Langages et communication

- Anglais
- Techniques oratoires en contexte médiatique de crise
- Promouvoir une grande cause nationale : outils et stratégie
- Évènement « présidentielles 2022 »
- Finances et enjeux de communication
- Médiations télévisuelles du politique

B. Outils de diagnostic, d'analyse et d'aide à la décision

- Enjeux législatifs et communicationnels du travail parlementaire
- Marketing politique des partis en contexte électoral. Etude de Cas 2021
- Stratégies et outils de communication politique digitale
- La stratégie de marque du gouvernement

C. Conduite des études et élaboration de préconisations

- Mobilisations citoyennes à l'heure du digital
- *Approches comparées de branding* politique
- Stratégies d'influence de l'Etat. Module SIG in situ
- Maîtrise des logiciels de création graphique

UE 4 : Mémoire et stage (20 ECTS)

- Méthodologie de la recherche
- Modules d'aide à l'insertion professionnelle

MÉTHODES

Les enseignements sont assurés par des universitaires et des professionnels, et alternent savoirs théoriques, pratiques professionnelles, étude de cas et recherche appliquée (mémoire d'étude et de recherche).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Examens terminaux et contrôle continu
Évaluation des enseignements

STAGE ET MEMOIRE

STAGE

Cette mission fait partie intégrante de la formation.

Durée : de 3 mois

Lieu : le stagiaire effectue sa mission dans l'organisation de son choix (agence, institution nationale ou locale, organisation à vocation publique...). Le stagiaire en CPF de transition professionnelle peut être amené à réaliser cette mission dans son institution ou organisation.

Quelques exemples d'organisations ayant accueilli des stagiaires

Assemblée Nationale (auprès d'un député, un groupe politique ou au pôle « presse et communication ») – Sénat (idem) – Conseil de l'Europe – Elysée – Matignon – Ministère des Armées – Secrétariat d'Etat chargé du Numérique – Quai d'Orsay (ex. Secrétariat général du G7) – Porte-parolat du Gouvernement – Secrétariat

d'Etat au Numérique – Service d'information du Gouvernement – Cour de Cassation – OCDE – agence Havas (pôle Plead) – Institut Montaigne – Institut Ipos Advise – Agence Thinkers & Doers – Défenseur des Droits – Observatoire du Conspirationnisme – Parti socialiste...

LE MÉMOIRE

Le mémoire résulte d'une recherche appliquée et doit apporter une contribution significative à la résolution de problèmes concrets et ce dans une double approche, universitaire et professionnelle.

Tout au long de l'élaboration du mémoire et jusqu'à la soutenance de celui-ci, chacun est accompagné à la fois par un enseignant chercheur et par un rapporteur professionnel du Celsa.

Quelques exemples de sujet de mémoire

- Le rôle du meeting politique, entre portée discursive et enjeux médiatiques
- Le capital culturel des chefs de l'Etat, outil communicationnel dans la fabrique de la présidentialité
- Le langage genré. Entre héritage linguistique et défi communicationnel: la langue française, un impensé dans les campagnes de communication en faveur des droits des femmes
- À l'abordage! Étude comparée de la communication de l'OTAN et de l'Union européenne dans leurs opérations respectives de lutte contre la piraterie au large de la Somalie
- Le rôle des lobbys environnementaux dans l'échec du dossier des OGM en France
- Une stratégie de communication électorale « réussie » : l'étude du cas Volodymyr Zelensky pendant les élections présidentielles de 2019 en Ukraine
- Communication des associations humanitaires dans le conflit socio-politique de la « jungle de Calais »
- La communication du Conseil d'État au cours de l'état d'urgence
- L'usage de l'exclusivité dans les relations presse publiques. Enjeux, limites et pistes d'amélioration
- Humour, rire et politique. Humour et présidentialité, les enjeux d'une énonciation à risques
- La place de l'expert dans l'espace public et médiatique. Le cas de la crise sanitaire du COVID-19

DÉBOUCHÉS

Cette option permet de devenir spécialiste de la communication publique ou politique, de travailler en cabinet ministériel, dans un parti politique, ou bien dans les affaires publiques, ou les relations institutionnelles, ce en agence ou dans un grand groupe.

LES + DE LA FORMATION

Diplôme d'État, inscrit au RNCP
Public mixte étudiants et professionnels
Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires
Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CPF de transition pro
Formation reconnue par les professionnels
Pédagogie interactive et suivi personnalisé
Réseau Alumni

POUR CANDIDATER

Pour être candidat, il convient :

- d'avoir **26 ans** (ou plus) au 1er janvier de l'année de formation
- de justifier de **3 années minimum** d'expérience professionnelle
- d'être titulaire du diplôme national de Maîtrise (Attention : les diplômes ou titres portant la mention d'une « homologation » ne peuvent donner lieu à une « équivalence de titre »)

Conditions particulières à la Validation des Acquis Professionnels et Personnels (VAPP)

Les candidats de Formation Continue intéressés par ce cycle mais ne pouvant justifier du diplôme demandé (bac +4) peuvent déposer une demande écrite de validation des acquis pour dispense de titre (à joindre au dossier de candidature).

Ils doivent toutefois impérativement être titulaires d'un diplôme bac +2 minimum et pouvoir justifier d'une expérience professionnelle de 3 ans minimum en rapport avec la formation visée.

>> [En savoir plus](#)

L'épreuve d'admission

L'admission se fait sur dossier et entretien de motivation.

CALENDRIER

Durée de la formation : 2 semestres (500h)

Rythme : Temps plein

Cours en temps plein de septembre à février, stage de spécialisation d'une durée de 3 mois (ou d'un CDI/CDD) et mémoire d'étude et de recherche appliquée.

SESSION

DU 10/09/2024
AU 31/01/2025