

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

MASTER ENTREPRISES, INSTITUTIONS ET STRATÉGIES

Le Master forme des spécialistes et stratèges de la communication de haut niveau pour exercer en agence, chez l'annonceur ou en organisations. La formation est dédiée aux professionnels, elle est dispensée en temps plein.

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

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

OBJECTIFS

Cette formation généraliste prépare à l'exercice de la communication, en entreprises et agences ainsi que dans le cadre d'organisations à vocations diverses : associations, ONG, institutions politiques ou sociales. Le programme permet d'acquérir l'ensemble des connaissances théoriques et méthodologiques nécessaires à l'élaboration et à la mise en œuvre d'une politique de communication.

Cette formation a pour but le renforcement des capacités de diagnostic de prise de décision, de conduite et d'évaluation des actions de communication.

COMPÉTENCES VISÉES

- Compréhension des contextes et logiques d'action sur un plan économique, social et médiatique
- Aptitude à manager des projets innovants en communication corporate ou spécialisée

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

Public

Cadres désirant devenir des professionnels de la communication exerçant dans différents secteurs d'activité.

Spécialistes de la communication souhaitant élargir le champ de leurs compétences et accroître leur niveau de responsabilités, afin de favoriser leur évolution professionnelle.

PROGRAMME

APPROCHES THÉORIQUES DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS A. THÉORIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- Théories de l'information et de la communication

RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Nicole d'ALMEIDA

INFORMATIONS

Principaux domaines d'étude : Sciences de l'information et de la communication, sociologie, philosophie, sciences de gestion, sciences politiques

Promotion : 10 à 20 personnes

Ce Master est inscrit au RNCP sous le code **31496**.

Session 1 DU 23/02/2021 AU 30/06/2021

CONTACT

📞 01 46 43 76 14

✉ evelyne.durel@sorbonne-universite.fr

Conseil, orientation, validation du projet de formation

- Approche sémio-anthropologique des espaces de loisir
- Philosophie et culture politique française

B. STRATÉGIES DE COMMUNICATION DANS L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

- Connaissance des organisations syndicales
- Enjeux économiques contemporains
- Enjeux environnementaux au niveau local
- Communication et développement durable
- Sociologie des médias

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Stratégie et structures des organisations
- RSE et communication responsable

SPECIALISATION PROFESSIONNELLE A. STRATÉGIES DE COMMUNICATION

- Gestion des ressources humaines
- Marketing : politique de marque et stratégie
- Stratégies de communication et communication de crise
- Communication humanitaire
- Lobbying
- Droit de la communication
- Web communication

B. COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

- Cultures, territoires et communication
- Communication financière
- Communication interne

C. RELATIONS AVEC LES PUBLICS

- Relations publiques
- Mécénat culturel
- Communication des associations
- Communication et association de consommateurs
- Vie politique française
- Communication des collectivités territoriales
- Relations médias
- Anglais

OUTIL D'AIDE A LA DECISION ET METHODOLOGIES PROFESSIONNELLES A. LANGAGES ET COMMUNICATION, LANGUES VIVANTES

- Prise de parole
- Anglais

B. OUTILS DE DIAGNOSTIC, D'ANALYSE ET D'AIDE A LA DÉCISION

- Stratégie du plan de communication

C. MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

- Introduction à la sémiologie et analyse de discours
- Études qualitatives et quantitatives
- Études d'opinion et d'image

MEMOIRE

- Méthodologie du mémoire
- Séminaires de recherche

STAGE

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 MÉMOIRE

Stage

Cette mission fait partie intégrante de la formation.

Durée : entre 3 et 6 mois

Lieu : le stagiaire effectue sa mission dans l'entreprise de son choix. Le stagiaire en CPF de transition professionnelle peut être amené à réaliser cette mission dans son institution ou organisation.

Quelques exemples d'entreprises ayant accueilli des stagiaires :

TBWA Corporate, I&E Décision, Laboratoire Pfizer, Hill&Knowlton, Gaz de France direction générale, Textuel, Renault, Aventis, Région Rhône-Alpes, Ministère de la Culture et de la Communication, RATP, Stratis, Société Générale

Quelques exemples de missions :

Définition et mise en place des axes d'une communication de partenariat

Elaboration d'un plan de communication interne

Organisation d'une convention

Organisation d'actions de relations publiques

Rédaction et réalisation de supports de presse et d'édition

Mise en place de la stratégie de communication pour une grande entreprise

Actualisation, mise en place et évaluation d'outils de communication

LE MÉMOIRE

Le mémoire résulte d'une recherche appliquée et doit apporter une contribution significative à la résolution de problèmes concrets au terme d'une double approche, universitaire et professionnelle. La réflexion doit permettre au stagiaire d'utiliser les concepts et méthodes propres à la recherche; la démarche doit être celle d'un professionnel. Le stagiaire propose une argumentation et une réponse à la problématique choisie.

Tout au long de l'élaboration du mémoire, le travail du stagiaire est suivi à la fois par un enseignant chercheur et par un rapporteur professionnel.

Quelques exemples de sujet de mémoire :

- Le médicament : du malade au citoyen, entre information sur la santé et promotion du médicament, quel rôle pour les laboratoires pharmaceutiques ?
- Stratégie de communication interculturelle dans l'implantation d'une agence d'architecture binationale en France
- La presse interne internationale au défi du développement social
- L'exemple des magazines internes des groupes Air Liquide et PSA Peugeot Citroën.
- De l'internationalisation à l'interculturel : le nouveau défi de la communication interne corporate
- Exemple de l'animation du réseau de communicants internes d'un groupe d'assurances
- Marseille-Provence 2013, prémices de "grand Marseille" ?
- Le label Capitale européenne de la culture comme objet transitionnel vers la redéfinition vers l'identité d'un territoire et l'écriture du récit

DÉBOUCHÉS

Directeur ou responsable de communication en organisations (entreprises, agences, institutions, associations).

LES + DE LA FORMATION

- Diplôme d'État, inscrit au RNCP
- Formation à destination des professionnels uniquement (salariés et demandeurs d'emploi)
- Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires
- Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CPF de transition professionnelle
- 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'attention des candidats doit être appelée sur le haut niveau d'exigence qui s'attache au Master professionnel 2 et sur l'importance que prend, à ce niveau plus qu'à tout autre, la cohérence entre les acquis théoriques, les acquis de l'expérience et le projet de reclassement professionnel. En conséquence, il leur appartient de bien évaluer leurs acquis afin d'éviter de déposer pour le Master professionnel 2 une candidature qui serait plus justifiée pour le Master professionnel 1. En cas d'incertitude, le CELSA peut apporter aux candidats qui en font la demande une aide à l'orientation.

L'épreuve d'admission

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

CALENDRIER

Durée de la formation : 500 heures

Rythme : Sur 4 mois

Les cours se déroulent de février à juin Stage de spécialisation de 3 mois minimum (ou CDI/CDD) et mémoire d'étude et de recherche

SESSION 1

du 23/02/2021
au 30/06/2021