

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

## MASTER 2 COMMUNICATION OPTION ENTREPRISES, INSTITUTIONS, TERRITOIRES ET CULTURE À TEMPS PLEIN

**🕒 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 et Vie politique ». Elle s'en distingue à raison de 120h (UE3) spécialisées dans le domaine de la communication et du développement des territoires. 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. Rebaptisée « Entreprises, Institutions, Territoires et Culture » dès l'année universitaire 2021-22, cette option va accueillir un ensemble de modules inédits sur la communication culturelle, patrimoniale et touristique (8H en UE1 -tronc commun avec l'option « Vie politique »- + 56H en UE3 dédiée à l'option). Sont ainsi étudiées : l'évolution des politiques publiques (des collectivités à l'Europe), la diversification des médiations et intermédiations numériques, les acteurs qui relient ces mondes de diverses manières (agences, incubateurs, etc.).

#### COMPÉTENCES VISÉES

Ce master vise une agilité intellectuelle et professionnelle sur les problématiques culturelles, tout en prenant appui sur une formation complète et plus large en communication politique et publique. A terme est donc visée une polyvalence cohérente des stagiaires, où est évité l'écueil d'une spécialisation trop étroite sur le seul et unique secteur professionnel de la culture.

Désormais, l'écrasante majorité des projets culturels émanent des acteurs des territoires, ce qui exige de maîtriser, en tant que communicant :

- les logiques évolutives de la décentralisation et la déconcentration sur les acteurs et les stratégies de développement des territoires
- l'évolution accélérée des politiques culturelles, patrimoniales et touristiques de ces territoires et leurs concurrences
- les effets de la métropolisation et de l'internationalisation sur les institutions et projets culturels (publics et privés)
- la place des médiations numériques dans ces nouveaux horizons de « sens » territoriaux...

#### ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement

### RESPONSABLE(S) PÉDAGOGIQUE



Isabelle Lebreton-Falezan

### INFORMATIONS

Formation inscrite au RNCP : Oui  
 Code RNCP : 38208

<b>Session</b>	DU 10/09/2024 AU 31/01/2025
----------------	--------------------------------

### CONTACT

📞 01 46 43 76 14  
 ✉ [ingrid.gay@sorbonne-universite.fr](mailto:ingrid.gay@sorbonne-universite.fr)  
 Information, conseil, validation du projet de formation

- 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. Stratégies de communication dans l'environnement économique et social**

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

#### **C. Organisations, structures et fonctions**

- Espace public, opinion publique et institutions publiques : convergences et conflits
- Principes 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**

- Relations 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 ville de Paris
- Affaires publiques et gestion du risque réglementaire
- Stratégies d'influence à l'heure de l'union européenne

**D. Langue vivante**

Anglais appliqué à la sphère publique et politique

**UE 3 : Outils d'aide à la décision et méthodologies professionnelles en Communication des Territoires – UE spécifique au cursus « Entreprises, institutions, politique et territoires » (10 ECTS)****A. Langages et communication**

- Anglais
- Marketing digital de la culture
- Territoires, communication et mondialisation : une approche anthropologique
- Stratégies électorales : la conquête du pouvoir local
- Les marchés publics en communication

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

- Communication des organisations culturelles, patrimoniales et touristiques
- Innovations numériques dans les pratiques en muséologie, patrimoine et culture
- S'adapter au contexte pour agir : l'agilité en communication territoriale
- « Perpétuer, soutenir, éclairer » : L'institut de France

**C. Méthodologies professionnelles**

- Marketing des territoires et marques partagées
- Stratégies promotionnelles et d'attractivité touristique
- Communication des projets urbains
- Maîtrise des logiciels de création graphique

**UE 4 : Mémoire et stage (20 ECTS)**

- Méthodologie de la recherche et tutorats individuels
- 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 à 6 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**

Agence Epiceum – Sénat – CSA – Elysée (relations presse) – OLIDEO 'Ets public crée pour les « JO 2024 ») – Mairie de Paris (cabinet d'élus et directions diverses) – Association nationale des élus de la montagne (ANEM) – Agence Euro Agency (à Paris/Bruxelles) – Agence Nationale de la Cohésion des Territoires (ANCT)... Consultants...

## 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

- « Pruneaux d'Agen, ça vous va bien » : une stratégie de communication qui porte ses fruits ?
- Faire campagne à la campagne. L'usage des nouvelles technologies de communication politique des sénateurs ruraux en période électorale.
- Marques territoriales au regard de la transition écologique : une stratégie d'attractivité bouleversée pour les stations de montagne.
- La citoyenneté comme axe de communication de la Mairie de Paris. Etude d'une réponse locale à la crise de la représentativité: la Carte Citoyenne de Paris
- Le Village des athlètes de « Paris 2024 » en chantier. L'influence des Jeux Olympiques et Paralympiques sur un espace en devenir.
- Fuir la grande ville à l'heure de la Covid-19. L'opportunisme communicationnel des petites et moyennes villes.
- Communication publique et développement durable dans les collectivités locales. Le cas de la ville de Yerres.
- Les jumeaux de la grande vitesse. Étude comparative de la communication publique territoriale pour la mise en service des lignes TGV Bretagne-Pays-de-la-Loire et Sud-Europe-Atlantique.
- La stratégie de communication locale du Parlement européen sur les réseaux sociaux numériques

## DÉBOUCHÉS

Comme l'autre master avec lequel elle est « jumelée », cette option spécifique permet d'évoluer vers : les collectivités locales, le Sénat ou l'Assemblée nationale, les institutions européennes, des agences conseils ou instituts de sondage, le pôle « relations institutionnelles » d'une entreprise...Mais aussi spécifiquement : les institutions politiques ou administratives dédiées à la culture (le ministère, un Comité régional du Tourisme, DRACs...), à toute organisation culturelle publique ou privée (opéras, théâtres, musées...), à toute entité investie dans la culture, le patrimoine ou le tourisme à l'échelon des territoires ou européen...

## 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 à 6 mois (ou d'un CDI/CDD) et mémoire d'étude et de recherche appliquée.

**SESSION**

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