

COMMUNICATION ET INFORMATION - INFORMATION ET COMMUNICATION

# Master Métiers de la communication à temps partiel

## PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Le programme s'adresse aux professionnel.le.s (cadres ou assimilés du secteur privé ou public, managers, consultants) qui souhaitent :

||L| prendre du recul sur leur métier, approfondir et développer leurs connaissances et compétences dans la communication, et élargir leur perspective d'évolution (reprise d'étude)

||L| évoluer vers les métiers de la communication et donner un nouveau sens à leur carrière (transition professionnelle).

## PROGRAMME

La formation est structurée en 8 modules.

- Communication et société : une approche par les sciences humaines et sociales
- Communication et transformations numériques
- La communication dans les organisations : enjeux, métiers et pratiques
- Planification stratégique de la communication
- Communication, médias et influence
- RSE, communication responsable et transformations socio-environnementales
- Fonction communication, leadership et accompagnement du changement

## OBJECTIFS & COMPÉTENCES

### Présentation

#### Objectifs

Le master Métiers de la communication prépare à l'exercice de la communication en entreprise, en agence, ou dans le cadre d'organisations à vocations diverses (associations, institutions politiques ou sociales, etc.), en formant aux outils de la communication et à la mise en œuvre et à l'évaluation des politiques de communication. Il propose un panorama approfondi des enjeux de la fonction communication, et de son rôle stratégique d'accompagnement des changements dans un contexte marqué par des défis majeurs tels que la transition écologique et le développement de l'IA générative.

Le programme est porté par :

- des chercheurs en sciences humaines et sociales dont les enseignements permettent d'élargir ses connaissances théoriques sur la communication et d'analyser les transformations numériques et environnementales et la façon dont elles affectent les métiers de la communication
- des praticiens de la communication qui partagent leurs connaissances, compétences et expériences, notamment grâce à des études de cas.

La formation privilégie une pédagogie active et plurielle au service du partage des connaissances théoriques, méthodologiques et pratiques, et des échanges d'expériences au sein de la promotion.

## LES + DE LA FORMATION

Diplôme d'État, inscrit au RNCP N°38208

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

### Informations clés

#### Durée :

2 ou 4 semestres

#### € Tarif : (Éligible CPF)

17200 €

### Informations

Formation inscrite au RNCP : Oui

Code RNCP : 38208

### Responsable(s)

 **Guillaume Le Saulnier**

### Contact

*Information, conseil, validation du projet de formation*

**01 46 43 76 34**

helene.fau-  
prudhomot@sorbonne-  
universite.fr

Réseau Alumni

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

### 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

## ET APRÈS ?

Au terme de la formation, les diplômés exercent :

- au sein d'un service de communication d'une entreprise, d'une administration, d'une collectivité locale, ou encore d'une association
- dans une agence ou un cabinet conseil
- en indépendant.

Ils et elles occupent des postes de chargé de communication, chef de projet événementiel, consultant, chef de projet en agence, directeur de la communication, responsable de la communication externe, des relations publiques, des relations presse, responsable communication interne, ou encore social media manager.

## 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 Licence (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 +3) 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.

**Inscription en ligne : <https://concours-celsa.sorbonne-universite.fr/>**

## Liens utiles

- Pour déposer un dossier de candidature