

**OBJECTIF**

Les différents enseignements proposés sont pensés de manière à acquérir des compétences d'analyse et de réflexion critique qui permettent d'appréhender les enjeux stratégiques et communicationnels au regard du contexte socio-historique et politique contemporain. La formation offre pour ce faire des contenus à la fois théoriques et pratiques dans le champ des entreprises et des institutions, des ressources humaines, du marketing et des médias en général.

– PUBLIC

Ce master s'adresse avant tout aux professionnels qui souhaitent affiner et actualiser leurs approches en termes d'enjeux stratégiques et communicationnels contemporains à travers l'acquisition de connaissances théoriques et pratiques, dans une perspective d'évolution de leur carrière ou dans le cadre d'un projet de réorientation professionnelle

– PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

Théories de l'information et de la communication, sociologie, sémiologie, économie, droit, psychologie, approche digitale, gestion et enseignements professionnels

– ATOUTS

Formation à destination de professionnels (salariés et demandeurs d'emploi)  
 Promotion de 10 à 15 personnes  
 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  
 À l'issue de cette formation, les stagiaires pourront poursuivre leur cursus en 2<sup>e</sup> année du Master professionnel, après avis d'une commission, et se spécialiser dans l'une des nombreuses options proposées par le CELSA  
 Réseau d'anciens élèves

**PROGRAMME**

**DÉMARCHES ET MÉTHODES D'ANALYSE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION**

**A. MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE DE LA RECHERCHE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : THÉORIES**

- Fondamentaux des théories de l'information et de la communication
- Anthropologie
- Introduction à la sociologie et sociologie des organisations
- Approches de la marque
- Connaissance des médias

**B. MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE DE LA RECHERCHE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : LES MÉTHODES**

- Études quantitatives et qualitatives
- Introduction à la sémiologie
- Communication digitale
- Culture numérique et réseaux sociaux
- Enjeux du numérique, stratégies de présence en ligne

**C. ENVIRONNEMENT SOCIAL, POLITIQUE, ÉCONOMIQUE ET FINANCIER DES ENTREPRISES**

- Économie
- Vie politique française
- La marchandisation du passé

**SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE**

**A. COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS**

- Communication corporate
- RSE et communication responsable
- Plan de communication
- Stratégies et outils de communication interne



# MASTER 1 MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

- Relations presse, approche stratégique
- Relations publiques
- Mécénat

## B. MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES

- Nouveaux enjeux RH et conduite du changement
- Rôles et pratiques des RH
- Pratiques et enjeux de recrutement
- Droit du travail
- Marque employeur

## C. MARKETING, PUBLICITÉ, MÉDIAS ET NOUVEAUX MÉDIAS

- Marketing stratégique
- Psychosociologie appliquée à la consommation
- Marques et numérique
- Communication publicitaire
- Media planning et stratégie médias
- Marketing digital et plateformes sociales numériques

## INFORMATION, COMMUNICATION ET LANGAGES DANS LE MONDE CONTEMPORAIN

### A. ENQUÊTES ET PRATIQUE DE LA RECHERCHE

- Intelligence collective
- Atelier d'écriture créative
- Expression orale
- Préparation aux entretiens de recrutement
- Accompagnement insertion professionnelle

### B. LANGUES VIVANTES ET OUVERTURE INTERNATIONNALE

- Étude d'image et évaluation de la communication

### C. LANGUE VIVANTE

- Anglais

## TRAVAIL D'ENQUÊTE ET DE RECHERCHE

- Méthodologie
- TER (travail d'enquête et de recherche)

## STAGE OPTIONNEL

## 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
- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

## COMPÉTENCES ACQUISES

Capacité à :

- appréhender des problématiques professionnelles de communication
- être opérationnel dans les champs d'application professionnelle de la communication
- définir des plans d'action, tout en maîtrisant les méthodes et les outils nécessaires à leur mise en place
- endosser une posture critique et réflexive afin d'analyser et de déconstruire des stratégies communicationnelles

## DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Généralistes de la communication, avec des perspectives de carrière chez les annonceurs, en agences ou dans les institutions

## ORGANISATION

Les cours se déroulent sur quatre mois consécutifs de février à juin

Stage optionnel

Travail d'enquête et d'initiation à la recherche (TER)

## PROGRAMME

450 heures de formation, projets tutorés collectifs et examens. Crédits : 60 ECTS

## COÛT DE LA FORMATION

**8 600 euros**