

Le Magistère, Management et culture est une formation généraliste en sciences de l'information et communication. Depuis 1985, il forme des communicants de haut niveau capables de concevoir et de piloter la communication dans ses différents champs : communication institutionnelle, ressources humaines, management, publicité, marketing, médias et communication digitale.

Le Magistère propose une formation en 3 ans (avec stages et/ou séjours à l'étranger) au terme de laquelle l'étudiant obtient un double diplôme : le diplôme national de Master professionnel et le diplôme universitaire de Magistère.

Le programme d'enseignement assure une formation pluridisciplinaire qui prépare à l'étude, à la conception et à la conduite des stratégies de communication ainsi qu'à la recherche appliquée et professionnelle. Il est composé d'enseignements approfondis en sciences de l'information et de la communication et en sciences humaines et sociales assurés par des universitaires ainsi que d'enseignements appliqués dispensés par des professionnels en agence, en entreprise et en institution.

Indispensable à l'évolution professionnelle des futurs communicants, la dimension généraliste assumée du Magistère favorise une compréhension des enjeux culturels, sociaux, économiques et politiques de notre monde contemporain et de ses actuelles mutations. Ainsi, la dimension culturelle et interculturelle des enseignements est centrale tout au long de la formation : elle propose aux étudiants une approche éclairée sur les problématiques relatives aux mondes de la culture et à ses enjeux communicationnels.

La communication y est appréhendée dans sa dimension transversale, en phase avec les problématiques sociales, médiatiques et culturelles du monde contemporain. La formation s'appuie tout particulièrement sur la mise en oeuvre d'études de cas encadrées à la fois par des universitaires et des professionnels. Elles permettent d'élaborer une réflexion approfondie sur les relations entre culture et communication, la mondialisation, les logiques locales et solidaires. Les stages et séjours à l'étranger viennent compléter la dimension généraliste de cette formation en permettant à ceux qui le souhaitent de continuer à étendre leurs compétences, ou de débiter une spécialisation dans l'optique d'un projet professionnel précis.

MASTER 1

La première année du Master initie les futurs généralistes de la communication aux principales méthodologies de réflexion et d'action dans le champ de la communication. La variété des enseignements en sciences humaines et sociales et la pratique des études de cas permet l'appropriation des méthodologies de recherche et des outils d'analyse propres à appréhender différentes problématiques communicationnelles. La formation assurée par des enseignants universitaires et professionnels porte sur les différents champs de la communication, tels que le management, le marketing, la publicité, les médias, les ressources humaines. Elle met l'accent sur les contextes d'élaboration de la communication, ainsi que la dimension stratégique, culturelle et éthique de cette dernière dans la société contemporaine

ENTRÉE

Être titulaire de la Licence information et communication du CELSA. Pas de concours d'entrée en Master 1

ORGANISATION DES ÉTUDES

Cours de septembre à fin janvier
360 h, 60 crédits ECTS, 4 unités d'enseignement
Stage, séjour d'étude à l'étranger de 3 à 6 mois ou semestre d'études au Centre Michel-Serres ou à l'ENSCI

→ EXEMPLES DE STAGES

Entreprises :

Forum des images – TBWA – Ubisoft – Canal Plus – Musée du Louvre – ONU

Fonctions / missions :

Chargé de communication – Planning stratégique – Assistant chef de projet éditorial et social medias – Chargé des relations presse et médias – Assistant stratégie et développement

MASTER 2

L'objectif de cette deuxième année est de former des spécialistes en stratégies de communication en mesure d'intervenir dans les différents champs de la communication (communication interculturelle, marketing, publicité, médias et communication numérique, communication interne et externe, ressources humaines, management). Le programme d'enseignements universitaires et professionnels permet de former des praticiens polyvalents et capables de s'adapter à différentes situations professionnelles, aussi bien en agence qu'en entreprise, dans une institution culturelle ou dans un média. Il prépare au pilotage de la communication depuis le management de projets jusqu'à l'innovation en réseau et le développement international.

DU (diplôme universitaire) « Sociétés, cultures et pratiques professionnelles » : possibilité d'une année à l'étranger (entreprise ou université) avant ou après le Master 2.

Année de césure : possibilité de réaliser un projet ou de vivre une nouvelle expérience en France ou à l'étranger, avant le Master 2.

Le programme met l'accent sur les enjeux de la pratique communicationnelle dans des univers culturels différents et sur l'évolution des métiers en communication dans un contexte incertain et ouvert.

Ce Master permet la maîtrise des méthodologies professionnelles et de la recherche appliquée grâce à la pratique d'études de cas et de recherches encadrées, en français et en anglais.

ENTRÉE

Être titulaire du Master 1 CELSA ou sélection sur dossier à bac + 4, puis entretien avec un jury.

ORGANISATION DES ÉTUDES

OPTION

MASTER MAGISTÈRE, MANAGEMENT, CULTURES ET STRATÉGIES DE COMMUNICATION

Classique : enseignements et examens au CELSA entre septembre et début février, stage en entreprise à partir de février (de 3 à 6 mois) 400h, 60 crédits ECTS, 4 unités d'enseignement

OPTION

MASTER MAGISTÈRE, MANAGEMENT ET CULTURES CRÉATIVES

Apprentissage : après une période d'intégration de 3 semaines au CELSA, les étudiants alternent tout au long de l'année, de septembre à août, des périodes d'enseignement au CELSA et un apprentissage professionnel en entreprise. Les étudiants bénéficient d'un contrat d'apprentissage.

→ EXEMPLES DE STAGES ou MISSIONS D'APPRENTISSAGE

Entreprises :

Alliance gestion – Chanel Parfums Beauté – Beaux-Arts magazine – France Télévisions – Fondation Cartier – Publicis Conseil – Centre Georges Pompidou – Yves Rocher – Philharmonie de Paris

Fonctions / missions :

Assistant planneur stratégique – Assistant communication et développement – Chargé d'études – Chargé de mécénat et de partenariats – Chargé de sensibilisation à l'engagement citoyen – Chargé du web marketing – Chargé de communication ressources humaines, mécénat culturel

→ EXEMPLES DE MÉMOIRES

L'imaginaire du secret et sa relation avec l'identité de marque de la Maison (Martin) Margiela.

Dire le politiquement correct. Le dévoilement des imaginaires d'un terme polymorphe.

Entrepreneuriat social et communication. La communication vecteur de structuration d'un mouvement.

Communiquer le patrimoine : l'exemple de la programmation régionale des Journées Européennes du patrimoine.

Le mécénat de compétences en entreprise de conseil.

Le marketing des objets connectés.

La mise en scène médiatique du président Vladimir Poutine par la télévision Russe.

Le Paris Saint-Germain : entre club, mythe et marque. Une mythologie de la capitale au service d'une marque parisienne ?

→ EXEMPLES DE DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Les diplômés s'insèrent dans le secteur privé (entreprises, agences, cabinets de conseils) et dans les institutions publiques, où ils sont appelés à exercer des missions diversifiées (communication externe et interne, marketing, relations presse et médias, communication digitale...). Ils se destinent tout particulièrement aux métiers de la culture et de la communication au sein des industries culturelles et créatives et des institutions publiques

Chargé et directeur d'études – Responsable et directeur des ressources humaines – Chargé de communication et directeur de la communication – Consultant – Planneur stratégique en agence et en entreprise – Conseil aux médias dans leur stratégie de développement et de communication – Entrepreneur – Chargé de mécénat – Chargé de partenariat

RESPONSABLES DE FORMATION

Enseignants-chercheurs :

Pauline ESCANDE-GAUQUIE, maître de conférences HDR

Olivier AÏM, maître de conférences

Thierry DEVARS, maître de conférences

Barbara LOSEN, attachée temporaire d'enseignement et de recherche

Maya MAZZACANE, doctorante contractuelle chargée d'enseignement

Coline REILLE, doctorante contractuelle chargée d'enseignement

Enseignants associés :

Mikaël FERLONI, maître de conférences associé, MKF éditions

Coordinatrice administrative et pédagogique :

Aïssatou DIALLO-CAMARA

VIE ÉTUDIANTE ET ASSOCIATIVE

Bureau des élèves : activités culturelles, humanitaires et sportives (L'Entracte, troupe de théâtre ; FastNCurious, newsletter sur les problématiques de la communication ; CELSA Huma, association caritative...)

Junior entreprise : nombreuses missions dans tous les domaines de l'information et de la communication

LES PROGRAMMES DÉTAILLÉS SONT DISPONIBLES SUR LE SITE INTERNET WWW.CELSA.FR