Communication - Médias

Master | Contrat d'apprentissage |
RNCP 38208

Master 2 Information, Communication Parcours Communication des Entreprises et des Institutions (M2_CEI)

PRÉSENTATION

Présentation de la formation

Le Master CEI est historiquement le premier diplôme universitaire alliant insertion professionnelle et outillage à la fois théorique et pratique préparant aux métiers de l'information et de la communication.

Le Master donne accès à un vivier d'organisations diversifié et notoire et à une solide primo-expérience professionnelle, encadrée, accompagnée, tutorée, souvent soldée par des débouchés de recrutement rapide. Un voyage d'études à l'étranger est inclus dans le cursus.

Objectifs de la formation

- Donner aux étudiants une connaissance approfondie du fonctionnement des entreprises, des institutions et des associations :
- Apporter les enseignements et expertises nécessaires à l'exercice de leurs missions aussi bien dans le secteur privé que public ou associatif ;
- Appréhender les méthodes et outils pour l'analyse, la conception et la production en matière de stratégies, plans et actions de communication interne ou externe des organisations.

Métiers visés

- Responsable de la Communication interne ou externe (entreprise, collectivités territoriales, institutions publiques, institutions culturelles, association)
- Chargé puis Directeur de communication
- Métiers de la communication numérique au service de la communication des organisations
- Consultant en agence
- Service de communication et de promotion des médias (radio, télévision, presse écrite)
- Responsable des achats de communication

Rythme d'alternance

D'octobre à juin : cours hebdomadaires du jeudi au vendredi
septembre: soutenance du mémoire

Dates de la formation et volume horaire

26/09/2024 > 23/10/2025 (504 heures)
Durée : 1 an

ADMISSION

Conditions d'admission

Pré-requis :

Bac + 4
Formation(s) requise(s) :1ère année de Master, Maîtrise Information, Communication ou diplôme équivalent en Lettres, Sciences Humaines et Sociales
Pour les étudiants étrangers, un diplôme équivalent ou par validation des acquis de l'expérience (une année d'études en France doit précéder pour accéder à l'apprentissage).
Critères de recrutement : examen sur dossier et le cas échéant, entretien.
La formation est éligible à la VAPP sur présentation de dossier.

Modalités de candidature

L'admission est prononcée sur la base de l'examen, par une commission pédagogique, d'un dossier détaillant le cursus suivi, les titres/diplômes/certifications et notes obtenus et, lorsqu'il y a lieu, tout justificatif de stages et/ou expériences professionnelles et/ou associatives et/ou personnelles. De plus, le dossier comportera une lettre de motivation et une présentation du projet professionnel établi par le candidat. Ce dossier doit notamment permettre d'apprécier et d'évaluer la nature et le niveau des enseignements suivis par le candidat, les connaissances et les compétences acquises, la motivation du candidat et l'adéquation du projet professionnel aux finalités de la formation. Le cas échéant, la commission pourra convier le candidat à un entretien oral afin d'échanger sur son parcours et/ou son projet.

CONTACTS

Vos référents FORMASUP PARIS IDF

Naïma ANDEVE

contact@formasup-paris.com

Corinne MAIN

Pour les publics en situation de handicap : consultez nos pages dédiées Apprenants et Entreprises.

Vos contacts « École/Université »

PATENOTTE Florence

florence.patenotte@sorbonne-nouvelle.fr
06 71 35 25 04

PROGRAMME

Code RNCP 38208

Direction et équipe pédagogique

M. Éric MAIGRET - Directeur
Mme Florence PATENOTTE - Responsable des études

Contenus des enseignements

La formation vise à donner aux étudiants une connaissance approfondie du fonctionnement des entreprises, des institutions et des associations, les connaissances principales utiles pour l'exercice des métiers de l'information et de la communication (au sein d'organisations, institutions, médias, agences). Et ce en mobilisant les savoirs requis en termes de sociologie, psychologie, droit, gestion, éthique... appliqués au domaine concerné.
Un accent particulier est mis sur les compétences et usages dans le champ des réseaux numériques et sur la découverte des problématiques interculturelles.

Le master se divise en blocs pédagogiques au sein desquels sont regroupés plusieurs enseignements disciplinaires et appliqués tous obligatoires (sauf Gestion des connaissances en contexte numérique, à choix) :
- Sciences humaines et sociales des organisations
- Les communications des organisations
- Les supports et les moyens de la communication
- Enseignements de spécialités
- Anglais pour la communication
- Formation à l'organisation d'un événement : renforcement d'équipe et visites professionnelles en contexte interculturel
- Mémoire et Stage

Programme détaillé de la formation	Volume horaire session - 1 année 1
Réunions de rentrée	6h
Psychologie de la communication / Socio-économie et communication des organisations	28h
La communication interne	16h
Webmarketing et communication digitale des organisations	18h
La communication financière	12h
La communication écrite	16h
La communication visuelle	14h
Le plan de communication et la communication B to B	12h
Marketing et publicité en ligne	18h
Usages des données dans la communication digitale	18h
Relations avec les médias, communication de crise et média training	26h
Introduction au mécénat : actualité, enjeux et perspectives	10h

Penser la communication des organisations dans sa dimension stratégique	16h
Ethique des entreprises et des affaires	18h
Droit de la communication et réseaux numériques	12h
La communication des institutions territoriales	10h
Interroger la conduite du changement technologique dans les entreprises et les institutions	16h
La communication des associations et la communication de plaidoyer	22h
La communication externe	16h
La communication orale / Anglais pour la communication	36h
Stratégies et méthodes de la communication de marque /Management interculturel et conduite du changement	24h
Formation à l'organisation d'un événement	70h
Réseaux Sociaux d'Entreprise et transformation digitale des organisations / La Responsabilité Sociale des Entreprises	34h
Suivi de mémoire et soutenance de mémoire	36h

Modalités pédagogiques

Grâce au format resserré de la classe de Master, les enseignements combinent systématiquement cours magistraux et interactivité. Mises en situation et études de cas sont privilégiées, avec une grande place accordée aux travaux de groupe, dans le cadre du contrôle continu. Une partie des enseignements à dimension opérationnelle (communication graphique, communication digitale par exemple) donnent lieu à des productions en conditions réelles. Un tutorat à la fois pédagogique et professionnel est délivré, soutenu par un tuilage avec les étudiants des promotions précédentes lors des prises de poste apprentis. Un voyage d'étude d'une dizaine de jours au printemps complète le

cursus.
Des temps d'échanges collectifs et individuels sont renouvelés au long de l'année, depuis le rapport d'étonnement lors des premiers pas dans la formation jusqu'aux accompagnements de fin de formation.
La direction du Master assure un encadrement de proximité.

Contrôle des connaissances

Contrôle continu et réalisation d'un mémoire professionnel appuyé sur des connaissances théoriques, qui donne lieu à une soutenance.
L'apprentissage fait l'objet d'un suivi et d'une évaluation entre les parties prenantes (apprenti, tuteur, encadrant).

Diplôme délivré

Diplôme de Master Domaine Sciences Humaines et Sociales ; Mention Information - Communication ; Parcours Communication des Entreprises et des Institutions.
Diplôme national de niveau 7 du Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche délivré par la Sorbonne Nouvelle

COMPÉTENCES

Les diplômés seront en capacité d'assumer des missions à la fois stratégiques et opérationnelles chez l'annonceur, dans les organisations publiques, OBSL, au sein de médias ou en agences.
- Chargé de la communication interne/externe
- Chargé de communication digitale
- Assistant de communication
- Chargé de production éditoriale
- Chargé de communication visuelle:audiovisuelle
- Community manager
- Consultant en communication

Stratégie de communication

- Réaliser un plan de communication
- Concevoir et traduire en supports l'identité et la marque de l'organisation
- Soutenir la communication managériale, interculturelle et/ou politique de l'organisation

Conception de contenus multimédia

- Organiser, hiérarchiser et charter l'information
- Gérer des stratégies de contenus ciblés (print, digital, RS, ..)
- Adopter des stratégies user-related de type marketing

Rédaction de contenus

- Ecriture de supports internes ou externes à dimension journalistique, institutionnelle, promotionnelle, politique
- Déployer des stratégies rédactionnelles multicanaux

Conseil et formation

- Analyser les besoins et attentes de l'annonceur
- Sensibiliser les publics internes et externes aux enjeux de l'information et de la communication

Elaboration de plans médias

- Connaître les pratiques et spécificités des médias nationaux et internationaux
- Animer un réseau de journalistes on et offline
- Etre journaliste d'entreprise ou équivalent

Concevoir et réaliser une stratégie digitale

- Connaître et déployer des réseaux d'entreprises internes ou externes
- Faciliter l'accompagnement au changement
- Actualiser les connaissances et les usages des outils digitaux