

# MASTER MENTION COMMUNICATION DES ORGANISATIONS PARCOURS COMMUNICATION DES ENTREPRISES, DES INSTITUTIONS PUBLIQUES ET DES ASSOCIATIONS

## RÉSUMÉ DE LA FORMATION

**Type de diplôme :** Master (LMD)

**Domaine :** Culture et Communication

**Mention :** COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

**Parcours type(s) :**

\* Communication des entreprises des institutions publiques et des associations

**Nature de la formation :** Mention

**Niveau d'étude visé :** BAC +5

**Composante :**

UFR des sciences de la communication

**Public cible :**

\* Étudiant

\* Demandeur d'emploi

\* Salarié - Profession libérale

**Formation initiale**

**Formation continue**

**Validation des Acquis de l'Expérience :** Oui

**Formation à distance :** Non

## Présentation

Le Master CEIPA entend former des spécialistes de la communication dans les différents secteurs : privé, public et associatif, dans un contexte de mutation de ces formes organisationnelles, en recherchant la pertinence des contenus d'enseignement avec les besoins des entreprises et des professionnels. Il apporte une double formation, théorique et pratique, aux métiers de la communication des organisations : l'enseignement combine l'approche opérationnelle qui permet d'acquérir la maîtrise des outils et des techniques de communication, et l'approche théorique visant la culture générale, l'esprit critique et le sens de l'adaptation qu'exige toute situation de communication.

## Objectifs

Le master permet d'acquérir, dans le champ de la communication organisationnelle, des compétences variées, susceptibles d'être sollicitées dans divers environnements et secteurs, et à des niveaux d'autonomie et de responsabilité élevés.

Ces compétences permettent d'être en mesure de formuler des diagnostics, de mettre en place des politiques de communication, de développer des stratégies tout en utilisant les techniques et les outils de communication.

## Compétences visées

La formation vise à savoir :

- \* concevoir et mettre en place des stratégies de communication ;
- \* manager des projets communicationnels ;
- \* utiliser les différents moyens et supports de communication à destination des cibles ;
- \* évaluer les actions de communication ;
- \* maîtriser les outils théoriques et les méthodes de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication ;
- \* développer des compétences rédactionnelles ;
- \* mener une analyse réflexive et critique autour d'une problématique communicationnelle ;
- \* maîtriser l'anglais dans son approche professionnelle.

## EN BREF

**Durée :** 2 ans

**crédits ECTS :** 120

**Langue d'enseignement :** Français et Anglais

**Capacité d'accueil :** effectif maximum : 25 en M1 et 25 en M2

## INFOS PRATIQUES

**Candidature :**

Du 7 mars 2022 au 20 mai 2022

**Lieu(x) de la formation :**

Villetaneuse

## INTERNATIONAL

**Mobilité internationale :**

Possibilité d'effectuer les stages de M1 et M2 à l'étranger

**Stage à l'étranger :** (Même durée que les stages en France)

## PARTENARIATS

**Laboratoire(s) partenaire(s) :**

Les diplômés doivent donc pouvoir mener à bien des tâches d'expertise (réflexion, diagnostic, conseil, mise en œuvre, évaluation), mettre en place des projets d'actions et exercer des fonctions à responsabilités dans les entreprises.

Laboratoire des Sciences de l'Information  
et de la Communication

## Organisation

Le master est proposé à plein temps sur deux ans.

En première année (M1), les cours se déroulent à l'Université (campus de Villeteuse) de fin septembre à fin février, du lundi au vendredi. En seconde année (M2), ils ont lieu de fin septembre à fin janvier, du lundi au vendredi également.

Les enseignements prennent la forme de cours magistraux ou de travaux dirigés, dispensés à la fois par des enseignants-chercheurs et des professionnels de la communication.

### EN SAVOIR +

#### Sites web :

Site Internet du Master Communication des entreprises, des institutions publiques et des associations

## Stage

(Obligatoire (3 à 6 mois en M1, de début mars à fin mai minimum; et 6 mois en M2, de début février à fin juillet).)

## Stages et projets tutorés

En M1, un stage obligatoire de trois mois minimum se déroule sur la période mars, avril, mai. En M2, le stage obligatoire est de six mois (de début février à fin juillet). En Master 1 et en Master 2, les étudiants réalisent un travail personnel de recherche, dont le stage constitue le terrain privilégié d'observation, et qui donne lieu à une soutenance orale.

En master 1, il s'agit d'un rapport d'analyse, dont la note est attribuée suite à la soutenance (fin juin) ; en master 2, il s'agit d'un mémoire qui fait également l'objet d'une soutenance devant un jury (fin septembre) et qui conditionne l'obtention du diplôme.

## Contrôle des connaissances

Les évaluations se font en contrôle continu dans chaque unité d'enseignement. Il n'y a pas de contrôle terminal. Dans chaque UE, il y a une ou plusieurs évaluation(s). Toutes les évaluations sont notées sur 20. Le diplôme de Master valide 120 ECTS.

La présence aux cours est obligatoire et l'assiduité est contrôlée. Un trop grand nombre d'absences non justifiées (deux demi-journées par enseignement) peut entraîner le refus par le jury de valider l'année et/ou le passage de Master 1 à Master 2.

L'obtention du diplôme de première année de master (M1) dépend de la décision du jury, lequel prend notamment en compte, outre les notes obtenues, l'assiduité de l'étudiant et l'évaluation du stage obligatoire effectué. L'entrée en deuxième année de master (M2) nécessite la validation des deux semestres de l'année en cours et n'est pas automatique : elle dépend également de la décision du jury.

## Programme

### Semestre 1 M1 Communication des entreprises, des institutio

---

#### UEF1 Méthodologie de la recherche et outils pratiques

- Analyse des supports de communication
- Méthodologie du rapport d'analyse

#### UEP1 Fonctions techniques de la communication organisations

- Communication interpersonnelle dans l'entreprise
- Fonction communication dans les organisations

#### UEP2 Approches du monde associa, organisa publics des entrep

- Communication financière et bancaire
- Enjeux et outils de la Communication Culturelle
- Sociologie et communication des associations

#### UEP3 Utilisation des technologies et traitement de l'informa

- Techniques de production et chaîne graphique

#### Semestre2 M1 Communication des entreprises, des institutio

---

#### UEF2 Stage et rapport d'analyse

- Suivi individualisé du travail de recherche par tuteur univ

#### UEP4 Communication publicitaire et marketing

- Introduction à la publicité

#### UEP5 Evolutions des organisations et communication interne

- Mutations organisationnelles et pouvoirs

#### UEP6 Anglais

#### Semestre 3 Master 2 CEIPA

---

- UEF1 Projet professionnel de communication
  - Table ronde ALUMNI

- UEP1 Enjeux de la communiton politique
  - Communication politique institutionnelle
  - Sociologie politique
  - Stratégie et techniques de la communication politique

- UEP2 Communication de l'état et des collectivités territoria
  - Communication publique

- UEP3 Stratégie de la comm
  - Communication événementielle
  - Droit de la communication
  - Stratégiesde la communication digitale

- UEP5 Communication dans l'environnement international

#### Semestre 4 Master 2 CEIPA

---

- UEF2 Stage et mémoire de recherche
  - Suivi individualisé du travail de recherche par tuteur univ

- UEF3 Accompagnement à l'insertion professionnelle
  - Tech théâ serv entre emba

- UEP4 Politiques d'imageet de management
  - Communication et accompagnement au changement
  - Communication audiovisuelle dynamique
  - Identités et cultures d'entreprise
  - Mécénat, sponsoring, fondations d'entreprises

## Conditions d'admission

Accès en Master 1 :

Les candidats à l'entrée du Master 1 doivent être titulaires d'un diplôme de niveau Bac+3 :

\* de Licence (L3), principalement en Sciences de l'Information et de la Communication mais aussi en Sciences humaines et sociales (Sociologie, Sciences politiques, Sciences du langage, Psychologie, Histoire, Gestion, Économie), en Philosophie, en Lettres, en Langues ou en Droit ;

\* d'une classe préparatoire aux grandes écoles Lettres ou Lettres et sciences sociales avec équivalence en L3 ;

\* d'une école de commerce ou d'ingénieur ;

\* d'une Licence professionnelle en Communication des entreprises.

Accès en Master 2 :

Sur dossier. Nécessite la validation de deux semestres et n'est pas automatique : la décision dépend du jury.

Des professionnels justifiant de trois années d'expérience en entreprise dans le cadre des procédures de VAP (validation des acquis professionnels) ou de VAE (validation des acquis par l'expérience) peuvent également se porter candidats.

## Modalités de candidature

L'admission se déroule en deux étapes :

- 1ère sélection après l'étude des dossiers de candidature

- sélection définitive après l'entretien

## Candidature

Du 7 mars 2022 au 20 mai 2022

## Droits de scolarité

Contribution Vie Étudiante et de Campus : 92 euros.

Pour obtenir l'attestation CVEC, se connecter à [www.messervices.etudiant.gouv.fr](http://www.messervices.etudiant.gouv.fr)

et avec votre compte à <https://cvec.etudiant.gouv.fr/>

Droits nationaux pour le master (LMD), soit 243 euros.

Pour la Formation continue :

Avec prise en charge : 5500€/ année de formation

Sans prise en charge et avec accompagnement : 1000 € par année de formation

## Poursuite d'études

Doctorat

## Insertion professionnelle

La fonction communication développée dans la formation intéresse l'ensemble des secteurs professionnels : secondaire (industrie, entreprises de production...), tertiaire (banque, assurance, administration, industries culturelles...) ; aussi bien dans le secteur privé (grandes entreprises, PME,

cabinets de conseil...), que le secteur public (collectivités territoriales, ministères, organismes publics et parapublics...) et associatif (associations et organisations non gouvernementales : culturelles, humanitaires, environnementales...).

Les deux années de formation préparent aux fonctions de :

- \* Chargé.e de communication,
- \* Chargé.e de mission en communication,
- \* Responsable de communication,
- \* Consultant.e en communication,
- \* Conseiller.ère en communication
- \* Chargé.e d'études.

Il est possible de poursuivre en doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication afin de réaliser une thèse. L'étudiant est alors intégré au LabSIC (Laboratoire des Sciences de l'Information et de la Communication).

## Contact(s) administratif(s)

### Amaia ERRECART

Responsable du master Communication des Entreprises des Institutions Publiques et des Associations bureau F210

 [amaia.errecart@univ-paris13.fr](mailto:amaia.errecart@univ-paris13.fr)

### Contact(s) administratif(s)

Secrétariat du master Communication des Entreprises des Institutions Publiques et des Associations UFR des Sciences de la communication, 99 avenue J.-B. Clément

Bureau G 208  
93430 Villetaneuse  
Tel. 01 49 40 32 72

 [master.ce@univ-paris13.fr](mailto:master.ce@univ-paris13.fr)

### Responsable Pôle alternance et formation continue UFR Sciences de la communication


Isabelle Auriel  
UFR des Sciences de la communication 99 avenue Jean-Baptiste Clément  
Bureau G 214  
93430 Villetaneuse  
Tel. 01 49 40 37 52

 [formationcontinue.ufrcom@univ-paris13.fr](mailto:formationcontinue.ufrcom@univ-paris13.fr)

### Contact(s) administratif(s)

### Contact formation continue

Tel. 01 49 40 37 64

 [acc-cfc@univ-paris13.fr](mailto:acc-cfc@univ-paris13.fr)

[Site Internet du CeDIP](#)

### Contact validation des acquis

Tel. 01 49 40 37 04

 [svap-cfc@univ-paris13.fr](mailto:svap-cfc@univ-paris13.fr)

### Contact(s) administratif(s)

### Service Valorisation, Orientation et Insertion professionnelle de l'Etudiant (Campus de Villetaneuse)

Tel. 01 49 40 40 11

 [gestion.voie@univ-paris13.fr](mailto:gestion.voie@univ-paris13.fr)

[Site Internet du VOIE](#)