

# 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

Le master permet d'acquérir les compétences et les capacités suivantes :

- \* Être en mesure de mettre en place des politiques de communication en maîtrisant les enjeux et les perspectives de la fonction.
- \* Être capable de mener des projets et d'élaborer des stratégies de communication adaptées à des contextes et à des problématiques professionnelles particulières.
- \* Être à même d'identifier les caractéristiques des différents registres, moyens, outils de communication développés par les organisations à l'attention de leurs différents publics (communication institutionnelle, commerciale, politique, managériale, externe, culturelle, environnementale, pédagogique, numérique...)
- \* Être opérationnel dans l'élaboration des actions de communication pertinentes en lien avec les métiers et les contextes de travail.
- \* Avoir une bonne connaissance des outils et supports de communication : des plus traditionnels aux plus innovants (dispositifs numériques) ; être à même de les analyser et de les concevoir.

## 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 12 mars 2018 au 18 mai 2018

**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

- \* Maîtriser les outils théoriques et les méthodes de recherche en Sciences de l'information et de la communication, et plus largement en sciences sociales, permettant de comprendre, analyser et interpréter les phénomènes communicationnels.
- \* Être en mesure de réaliser un diagnostic, d'évaluer les actions mises en œuvre, d'identifier les limites et de proposer des améliorations.
- \* Développer des compétences rédactionnelles et être capable de mener une analyse réflexive et critique d'un sujet problématisé dans le domaine de la communication organisationnelle.
- \* Être capable de définir un projet professionnel et de construire un parcours individuel dans l'objectif de favoriser son insertion sur le marché du travail.
- \* Maîtriser l'anglais dans son approche professionnelle.

**Laboratoire(s) partenaire(s) :**  
Laboratoire des Sciences de l'Information et de la Communication

#### EN SAVOIR +

**Sites web :**  
Site Internet du Master Communication des entreprises, des institutions publiques et des associations

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.

## 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.

## 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

- Master1 Communication des organisations - Communication des entreprises, des institutions publiques et des associations
- Master2 Communication des organisations - Communication des Entreprises, des Institutions Publiques et des Associations

## Conditions d'admission

Accès en Master 1 :

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.

Pour tout renseignement complémentaire (calendrier de recrutement, retrait de dossier) se reporter au site de l'UFR : <http://sic13.univ-paris13.fr/site/index.php/mastersorganisation>

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 12 mars 2018 au 18 mai 2018

## Droits de scolarité

Droits nationaux pour le Master.

Pour la FC :

Financement Fongecif ou Plan de formation entreprise : 5500€ pour M1 / 5500 € pour M2

Financement personnel : 1000 € pour M1 / 1000 € pour M2

## 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...).

Type d'emplois accessible :

- \* Chargé(e) de communication
- \* Chargé(e) de mission en communication
- \* Responsable de communication
- \* Consultant(e) en communication
- \* Conseiller(ère) en communication
- \* Chargé(e) d'étude

## Contact(s) administratif(s)

### Amaia ERRECART

Responsable du Master Communication des entreprises  
bureau F210

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

### Contact(s) administratif(s)

### Khédidja KHAMADJ

Secrétariat du Master Communication des entreprises  
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)

### Isabelle AURIEL


Chargée de projets formation continue et apprentissage / UFR Sciences de la communication  
UFR Sciences de la communication, 99, avenue J.-B. Clément  
Bureau G 214  
93430 Villetaneuse

 [isabelle.auriel@univ-paris13.fr](mailto:isabelle.auriel@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](#)



## Programme

EN BREF

crédits ECTS : 60

- M1 Communication Entr, Institutions Publiques Associat
  - Semestre 1 M1 Communication des Entreprises
    - UEF1 Méthodologie de la recherche et outils pratiques
      - Analyse des supports de communication
      - Méthodologie du rapport d'analyse
      - Préparation à la présentation orale
  - UEP1 Fonctions Techniques Communication Organisations
    - Communication interpersonnelle dans l' entreprise
    - Fonction communication dans les organisations
    - Sociologie organisations et communication
    - Fonctions des technique de l'info (TIC)
  - UEP2 Approches du monde Asso Organi Publics des Entreprises
    - Analyse sectorielle des entreprises
    - Communication des administrations de l'état
    - Sociologie et communication des associations
  - UEP3 Comm Spécialisée dans les différents secteurs
    - Communication de crise
    - Communication financière et bancaire
    - Enjeux et outils de la Communication Culturelle
    - Salons et communication d'entreprise
  - UEP4 Utilisation des technologies et traitement de l'inform
    - Ecriture journalistique Alumni
    - Technologies numériques et internet culturel
    - Techniques de production et chaîne graphique
    - Techniques Web
- Semestre 2 M1 Communication des Entreprises
  - UEF2 Stage Rapport d'Analyse
  - UEP5 Communication publicitaire et marketing
    - Introduction au marketing
    - Introduction aux partenariats d'entreprise
    - Introduction à la publicité
  - UE6 Communication interne gestion RH
    - Communication interne outils et pratiques
    - Intranet et extranet
    - Mutations organisationnelles et pouvoirs
  - UET1 Anglais

## Programme

EN BREF

crédits ECTS : 60

- M2 Communication Entr, Institutions Publiques Associat
  - Semestre 1 M2 Communication des Entreprises
    - UEF1 Projet professionnel de communication
    - UEP1 Sociologie et communication politiques
      - Communication politique période électorale
      - Communication politique institutionnelle
      - Sociologie politique
      - Stratégie et techniques de la communication politique
  - UEP2 Communication de l'état et collectivités territoriales
    - Communication des collectivités locales
    - Communication culturelle publique
    - Communication publique
  - UEP3 Stratégies de la communication d'entreprise
    - Communication et développement durable
    - Communication événementielle
    - Droit de la communication
    - Responsabilité sociale de l'entreprise
    - Stratégies de la communication digitale
  - UET1 Communication dans l'environnement international Anglais
- Semestre 2 M2 Communication des Entreprises
  - UEF2 Stage et Mémoire de recherche
  - UEF3 Insertion professionnelle techniques recherche d'emploi
    - Communication de recrutement, recherche d'emploi
    - Tech théâ serv entre emba
  - UEP4 Polit ima management
    - Accompagnement au changement dans le secteur public
    - Communication et accompagnement au changement
    - Communication audiovisuelle dynamique
    - Identités et cultures d'entreprise
    - Jeux vidéo et communication d'entreprise
    - Mécénat, sponsoring, fondations d'entreprises