Master Communication des organisations, Métiers de la communication corporate, politique et numérique

Parcours

- Communication corporate politique et numérique

Ce master allie une formation théorique dans le domaine des humanités à une logique de professionnalisation. Vous serez préparés aux métiers de l'information et la communication selon une inclination à la fois stratégique, politique et opérationnelle.

Présentation

Master Communication des organisations - Campus de Paris

Ce master forme des "politistes" de la communication capables d'imaginer des stratégies efficaces et de les mettre en œuvre, notamment à travers les nouveaux médias. Il est conçu en lien étroit avec le monde professionnel et prend en compte les évolutions récentes des métiers de la communication, en particulier liées au numérique. Cette formation vous aide à construire votre projet professionnel et à vous insérer dans différents milieux: entreprises, institutions publiques ou organisations politiques.

Enjeux

Le master communication des organisation vous propose une formation approfondie sur les concepts, les théories, la méthodologie ainsi que les techniques d'enquête et de traitement des données en sciences de l'information et de la communication, tout en intégrant le champ plus large des sciences humaines et sociales. Vous développerez des connaissances critiques sur le fonctionnement et les transformations des sociétés modernes. **La formation professionnalise votre parcours grâce à des cours animés par des professionnels issus de grandes entreprises, de cabinets de conseil ou d' institutions politiques.**

Spécificités

L'accent est mis sur la compréhension des grands enjeux sociaux actuels, notamment ceux liés à l'avènement des technologies numériques et aux transformations organisationnelles et sociétales qu'elles engendrent. **La maîtrise des théories et des méthodologies propres aux sciences de l'information et de la communication occupe une place centrale dans ce programme.** Ces compétences constituent un atout important pour vous, futur diplômé, souhaitant intégrer le marché du travail dans

Durée de la formation

4 semestres

Lieu(x) de la formation

- Paris

Public

Niveau d'entrée de la formation

- Bac + 3

Stage(s)

Oui, obligatoires

Langues d'enseignement

- Anglais
- Français

Renseignements

n.esnault@icp.fr

Coût de la formation

de 4 961 € à 8 918 € par an (tarifs 2026-2027) en fonction de vos revenus.

les domaines de la communication professionnelle, des métiers du numérique, de la communication politique ou territoriale, ainsi que de la communication événementielle.

Admission

Pré-requis

Formation(s) requise(s)

Le master Communication des organisations s'adresse :

- aux étudiants titulaires d'une licence en communication ;
- aux étudiants ayant validé la Licence Information et Communication de l'ICP ;
- aux titulaires d'une licence en sciences humaines et sociales ;
- aux titulaires d'une licence en arts, lettres ou langues.

Plus largement, la formation accueille des diplômés issus de parcours variés (sociologie, droit, sciences politiques, économie-gestion, LEA, histoire, etc.). Cette diversité des profils constitue un véritable atout pour la dynamique de promotion.

Une mention est requise pour candidater au master.

Débouchés

Niveau de sortie

Année post-bac de sortie

- Bac + 5

Activités visées / compétences attestées

Au cours de votre formation, vous développerez:

- une maîtrise des concepts, des théories, des méthodes et des techniques d'enquête et de traitement des données en sciences de l'information et de la communication, ainsi que dans les sciences humaines et sociales;
- une connaissance critique du fonctionnement et des transformations des sociétés modernes;
- une compréhension approfondie des grands enjeux sociaux contemporains, notamment liés au développement des technologies numériques et aux recompositions organisationnelles qu'elles entraînent;

Une formation professionnalisante

6 mois après l'obtention de leur diplôme, 75% des diplômés en recherche active sont en emploi. 84% le sont directement à la sortie de leurs études.

Taux d'insertion professionnelle

75 %

Enquête Datalumni réalisée entre mars et juin 2025 – Promotion 2024

- la capacité à analyser les dimensions techniques, juridiques, économiques, financières, organisationnelles et humaines des projets et innovations dans le domaine des TIC;
- la compétence à mobiliser et à rendre opérationnels ces savoirs à travers des mises en situation professionnelles et des pratiques de communication développées en entreprise ou dans le champ politique.

Programme

Master 1 – Fondamentaux de la communication

Le master 1 permet d'acquérir les fondamentaux de la communication et d'en comprendre les principaux enjeux. Les enseignements abordent :

- **Les fondamentaux théoriques et institutionnels** : concepts de la communication, droit, éthique, déontologie et analyse de l' information médiatique.
- **La communication politique et des entreprises** : communication institutionnelle, relations publiques, management de la communication, marketing, communication interculturelle et RSE.
- **La communication numérique et les nouveaux médias** : stratégies de communication digitale, transformations technologiques, intelligence artificielle, communication politique et communication en situation de risques et de crises.
- **L'analyse et les méthodes de communication** : analyse des discours, méthodes d'études numériques et méthodologie des travaux universitaires.
- **La professionnalisation** : connaissance du secteur professionnel, recherche de stage, pratiques d'écriture et anglais professionnel.

Le semestre 2 est consacré au stage, au mémoire et à la soutenance.

Master 2 - Stratégies de communication et professionnalisation

Le master 2 approfondit les stratégies de communication et leur mise en œuvre dans différents contextes professionnels. Les enseignements abordent :

- **La communication numérique** : intelligence artificielle, histoire et anthropologie du numérique, nouveaux médias et analyse des pratiques et des usages.
- **La communication politique, publique et corporate** : communication financière et actionnariale, stratégies de communication publique et politique, communication corporate, communication internationale, communication publicitaire et consulting.
- **La communication dans différents contextes professionnels** : lobbying, communication et territoires, management et ressources humaines, community management.
- **Les méthodologies professionnelles** : budget et décisions de communication, analyse des contenus et des médias, études prospectives, media planning, étude-conseil et réponses à des appels d'offres.
- **Les outils et techniques de communication** : création de sites internet, design graphique, PAO et community management.

Le semestre 4 est consacré au stage et à la soutenance.