

Master Information et communication

Communication corporate, politique et numérique

Ce master allie une formation théorique dans le domaine des humanités à une logique de professionnalisation. Il prépare les étudiants aux métiers de l'information et la communication selon une inclination à la fois stratégique, politique et opérationnelle. Ce master forme des « politistes » de la communication en capacité de définir des stratégies de communication sociale avec l'aide notamment des nouveaux médias et d'en assurer l'opérationnalité. Cette formation prend en compte les évolutions récentes des métiers de la communication et y répond. Elle aide les étudiants à se projeter et à s'insérer au sein d'une profession en mutation.

Domaine :
Arts, Lettres et
Langues

Mention :
Information,
communication

Parcours :
Communication
corporate, politique
et numérique

Publics concernés

- Étudiants titulaires d'une licence en communication
- Étudiants diplômés de la licence Information et communication de l'ICP
- Étudiants titulaires d'une licence Art-Lettres-Langues
- Étudiants titulaires d'une licence en Sciences humaines et sociales sous réserve de s'acquitter de la validation des « fondamentaux en communication » au démarrage de l'année.

Compétences acquises et transférables

- Maîtrise des concepts, des théories, de la méthodologie et des techniques d'enquête et de traitement des données en sciences de l'information et de la communication et dans le champ plus large des sciences humaines et sociales
- Connaissances critiques quant au fonctionnement et aux changements vécus dans les sociétés modernes
- Compréhension des grands enjeux sociaux actuels, en particulier liés à l'avènement des technologies numériques et aux recompositions organisationnelles et plus largement sociétales qu'elles contribuent à engendrer
- La maîtrise des théories et des méthodologies propres aux sciences de l'information et de la communication occupe une place centrale dans ce programme
- Aptitudes à appréhender les enjeux techniques, juridiques, économiques, financiers, organisationnels et humains des projets et innovations dans les TIC

Équipe pédagogique

L'équipe est composée d'enseignants chercheurs spécialisés dans le domaine des techniques, du numérique, et de la politique. La moitié du corps enseignant est composé de professionnels réputés dans leur domaine : consultant, directeur de la communication au sein de grands Groupes (Orange, Pages Jaunes) ou consultants en agence de stratégie d'entreprises et de communication.

Débouchés professionnels

- Domaine des communications professionnelles, des métiers du numérique, de la communication politique et/ou territoriale ou encore événementielle
- Ce parcours permet l'acquisition d'un spectre large de compétences et de fonctions professionnelles liées au développement de la communication des organisations par le numérique

+ Les + de la formation

- ouverture à de nouveaux enseignements en lien avec les mutations professionnelles (gouvernementalité numérique, communication de risques et de crises, controverses et polémiques dans l'espace public, etc.)
- le cursus forme des politistes de la communication, c'est-à-dire des professionnels en capacité de réfléchir les stratégies de communication et d'en accompagner le déploiement
- une formation pointue aux nouveaux médias et à leurs effets sur les formes traditionnelles de la communication
- une formation intellectuelle particulièrement exigeante et ouverte sur plusieurs disciplines des sciences humaines et sociales
- une incitation continue au travail collaboratif au cours de mises en situation professionnelle et lors de la rédaction d'un mémoire de recherche collectif



Enseignements et stages

		Volumes horaires	ECTS
S1 : 323h - 30 ECTS			
Fondamentaux théoriques et institutionnels	Droit de l'information et de la communication	21h	2
	Les concepts fondamentaux de la communication (grands courants de pensées en communication ; principales notions)	12h	2
	Veille et analyse de l'information médiatique	24h	2
	Éthique et déontologie. Communication et expérience de la démocratie	24h	2
Information et communication dans la vie des entreprises et des institutions	Management de la communication et conduite du changement	24h	2
	Théories des relations publiques et de la communication institutionnelle	12h	1
	Communication interculturelle	12h	1
	Les fondamentaux du marketing et études de cas	24h	1
	Mutation des communications : communication environnementale et responsabilité sociale des entreprises	12h	1
	Analyse des discours politiques	12h	1
Communication numérique et nouveaux médias	Communication en contexte de risques et de crises	14h	1
	Rebâtir sa stratégie de communication à l'ère digitale	24h	2
	Technologie, communication et société	12h	2
	Introduction aux humanités numériques : enjeux épistémologiques	12h	2
	Économie du web et des médias sociaux	12h	1
	Communication politique	12h	1
Méthodologie et langues	Méthodologie des travaux universitaires	12h	2
	Méthodes d'études numériques	12h	1
	Pratiques d'écriture	12h	1
	Anglais professionnel	24h	2
S2 : 30 ECTS			
Stage + Mémoire/Soutenance			30
S3 : 336h - 30 ECTS			
Communication numérique	Gouvernementalités numériques	12h	2
	Histoire et anthropologie de l'internet	12h	1
	Enjeux épistémologiques des débats contemporains sur l'internet	12h	1
	Numérique et recompositions médiatiques	12h	1
	Nouveaux médias, analyse des pratiques et des usages	12h	2
Parcours « Communication politique et développement des territoires »	Controverses, polémiques dans l'espace public et pratiques de concertation sociale	24h	2
	Anthropologie des territoires	24h	2
	Marketing des villes et développement des territoires	24h	2
	Enjeux numériques pour la communication publique et politique	12h	2
Parcours « Communication des entreprises et études conseils »	Communication financière, communication actionnariale	12h	2
	Consulting en communication	24h	2
	Stratégies de communications institutionnelles	24h	2
	Communications publicitaires	24h	2
Stratégies de communication en divers contextes professionnels	Communication politique et lobbying	12h	1
	Cultures, territoires, communication	12h	1
	Management et ressources humaines	12h	1
	Community manager : introduction à la mise en réseaux	12h	1
Méthodologies professionnelles	Budget et décisions de communication	12h	1
	Etudes qualitatives et quantitatives	12h	1
	Etudes prospectives	12h	1
	Media planning	12h	1
	Méthodologie de l'étude-conseil	12h	2
	Écritures professionnelles	12h	1
	Suivi de l'étude de cas : réponses à un appel d'offre professionnel	24h	2
Outils et techniques de communication	Web communication : création de sites internet	18h	1
	Design graphique, PAO	18h	1
	Community management	12h	1
S4 : 30 ECTS			
Stage et soutenance			30

Stages

- M1 5 - 6 mois
- M2 5 - 6 mois

Accessible en

- Formation initiale

Admission

- M1** : sur dossier et entretien.
M2 : sur dossier et entretien.

Validation

120 crédits ECTS pour les deux années de master (30 crédits ECTS / semestre)

Contacts

Directeurs du M1 : Romain Huet et Élise Creully

Directeur de M2 : Bernard Lecherbonnier

Contact : Nathalie Esnault

Courriel : masterfasse@icp.fr

Tél : 01 44 39 84 54

Diplôme d'État

À l'issue du **M1** : attestation de réussite au M1 sous forme de relevé de notes.

À l'issue du **M2** : diplôme d'État sous convention avec l'Université Rennes 2.

Frais de scolarité 2019-2020

De 5860€ à 3670€ en M1

De 6460€ à 4270€ en M2

L'ICP adapte ses tarifs aux situations de ressources de chacun (voir en fin de guide).

Consultez le site www.icp.fr pour plus d'information.