MASTER

Communication des organisations

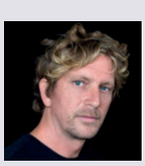
Parcours Communication corporate, politique et numérique

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 :
Sciences humaines et sociales

Mention :
Communication des organisations

Parcours :
Métiers de la communication corporate, politique et numérique



Directeur
Romain Huët
Maître de conférences habilité à diriger des recherches en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), chercheur spécialisé sur les violences contemporaines.

Objectifs

- Former des spécialistes capables de concevoir et déployer des stratégies de communication numériques.
- Développer une culture critique sur les transformations sociales et organisationnelles.
- Favoriser la professionnalisation via stages et interventions de professionnels.

Publics concernés

- étudiants titulaires d'une licence en communication (obtenue à l'ICP ou dans une autre université)
- étudiants titulaires d'une licence Art-Lettres-Langues
- étudiants titulaires d'une licence en Sciences humaines et sociales

Compétences acquises et transférables

- Maîtrise des méthodologies et techniques d'enquête en sciences de l'information, de la communication et des sciences sociales.
- Capacité d'analyse critique des mutations sociales, politiques et organisationnelles liées au numérique.
- Compréhension des grands enjeux contemporains : technologies numériques, recompositions organisationnelles et transformations sociétales.
- Aptitude à appréhender les dimensions techniques, juridiques, économiques, financières et humaines des projets et innovations en TIC.

Équipe pédagogique

L'équipe est composée d'enseignants chercheurs spécialisés dans le domaine de la communication, 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 ou consultants en agence de stratégie d'entreprises et de communication.

Débouchés professionnels

Le cursus forme des politistes de la communication, capables de concevoir des stratégies et d'en accompagner le déploiement, dans les domaines politique, territorial, corporate ou événementiel.

- relations publiques
- chargé d'études
- media planner
- chef de projet communication
- consultant développement durable
- lobbyiste
- collaborateur parlementaire

LES + DE LA FORMATION

- ouverture à de nouveaux enseignements en lien avec les mutations professionnelles (Intelligence Artificielle, communication de risques et de crises, controverses et polémiques dans l'espace public, etc.)
- 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

PAROLE D'ALUMNI

« Ce master prend en compte les évolutions de la pratique du numérique dans les mutations des pratiques professionnelles en communication. Le M1 est assez théorique, chaque cours a des thématiques différentes ce qui permet de balayer tous les métiers de la communication. Cela nous sert pour les enseignements plus professionnels et les travaux de groupes : avoir une double vision théorie et pratique est très pertinente.»
Quentin

Enseignements et stages

		Volumes horaires	ECTS
S1 : 336h - 30 ECTS			
Fondamentaux théoriques et institutionnels	Droit de la communication	21h	2
	Les concepts fondamentaux de la communication (grands courants de pensées en communication ; principales notions)	12h	1
	Création de contenu audiovisuel et podcast	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	2
	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	24h	3
	Intelligence artificielle - usages, impacts et perspectives pour la communication	12h	1
	Communication politique	12h	1
Méthodologie et langues	Méthodologie des travaux universitaires	16h	2
	Accompagnement à la recherche de stages et situations professionnelles	6h	-
	Méthodes d'études numériques	12h	1
	Connaissances du secteur professionnel et études de cas	6h	1
	Pratiques d'écriture	9h	1
	Anglais professionnel	24h	1
S2 : 30 ECTS			
Stage professionnel - Mémoire et Soutenance			30
S3 : 337h - 30 ECTS			
Communication numérique et intelligence artificielle	Intelligence Artificielle : impacts, enjeux pour la communication	12h	2
	Histoire et anthropologie de l'internet et du numérique	12h	2
	Influence et réseaux sociaux	12h	1
	Nouveaux médias, analyse des pratiques et des usages	12h	2
Communication politique et affaires publiques	Communication politique et lobbying	12h	1
	Stratégies de communication publique et politique	10h	1
	Project Management and International Cooperation	12h	1
	Cultures, territoires, communication	12h	1
Communication corporate des entreprises	Communication financière, communication actionnariale	12h	2
	Consulting en communication	24h	2
	Stratégies de communication corporate	12h	1
	Communications publicitaires	24h	2
	Management et ressources humaines	12h	1
Stratégies de communication en divers contextes professionnels	Budget et décisions de communication	12h	1
	Etudes qualitatives et quantitatives	12h	1
	Prise de parole publique et médiatique	12h	1
	Analyse prospective et veille médiatique	12h	1
	Media planning	12h	1
	Ecritures professionnelles	12h	1
	Suivi de l'étude de cas : réponses à un appel d'offre professionnel	24h	1
Méthodologie Professionnelle et outils de communication	Web communication : création de sites internet	18h	1
	Design numérique, design graphique, PAO, IA et création graphique et d'images	18h	1
	Community management	12h	1
	Méthodologie de l'étude-conseil	12h	1
S4 : 30 ECTS			
Stage professionnel - Mémoire et Soutenance		-	30

DIPLÔME NATIONAL DE MASTER CONTRÔLÉ PAR L'ÉTAT

PARIS

FACULTE
Faculté de Sciences sociales, d'Économie et de Droit (FASSED)

STAGES
- M1 5 à 6 mois
- M2 5 à 6 mois

ADMISSION
Candidature sur monmaster.gouv.fr

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

LIEUX ET CONTACTS
ICP campus de Paris 21 rue d'Assas
75270 Paris
Courriel : hub@icp.fr
Tél : 08 05 80 50 02

DIPLOMATION
Master national

FRAIS DE SCOLARITÉ
De 4 961 € à 8 918 € par an en fonction de vos revenus. L'ICP adapte ses tarifs aux situations de ressources de chacun.