

## MASTER

**Communication des organisations****Métiers de la 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

**Direction :****M1 : Romain Huët**

Anthropologue et maître de conférence en sciences de la communication à l'université de Rennes-2, Romain Huët est chercheur titulaire au sein du laboratoire PREFICS et chercheur associé à la FMSH, ses recherches portent sur le rapport entre souffrance et luttes sociales.

**M2 : Bernard Lecherbonnier**

Agrégé des lettres et Docteur en littérature comparée, Bernard Lecherbonnier est également responsable de la licence Information et Communication à l'ICP. Il est l'auteur de nombreux romans et essais historiques.

**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 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 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 (Orange, Pages Jaunes) ou consultants en agence de stratégie d'entreprises et de communication.

**Débouchés professionnels**

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 que ce soit dans les domaines de la communication politique, territoriale, corporate ou événementielle.

- 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 (gouvernementalité numérique, 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

**100 %** des diplômés sont en poste 5 mois en moyenne après l'obtention du diplôme (enquête CSA 2022- promotion 2020).



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

**Stages**

- M1 5 à 6 mois
- M2 5 à 6 mois

**Admission**  
(sur décision de la commission d'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**  
**Courriel :** hub@icp.fr  
**Tél :** 01 86 47 27 75

**Diplôme Master**  
Attestation de réussite au M1 sous forme de relevé de notes.  
Le diplôme de master est délivré à l'issue du M2.

**Frais de scolarité 2022-2023**  
M1 : de 3850 € à 6380 €  
M2 : de 4470 € à 7 020 €  
L'ICP adapte ses tarifs aux situations de ressources de chacun (voir en fin de guide).

## Enseignements et stages

		Volumes horaires	ECTS
<b>S1 : 323h - 30 ECTS</b>			
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
<b>S2 : 30 ECTS</b>			
Stage + Mémoire / Soutenance			30
<b>S3 : 336h - 30 ECTS</b>			
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
	Études qualitatives et quantitatives	12h	1
	Études 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
	Web communication : création de sites internet	18h	1
Outils et techniques de communication	Design graphique, PAO	18h	1
	Community management	12h	1
<b>S4 : 30 ECTS</b>			
Stage et soutenance		-	30