

CULTURE ET COMMUNICATION

Master mention Communication des organisations parcours Communication des Entreprises, des Institutions Publiques et des Associations

Communication des organisations



Niveau d'étude
visé
BAC +5



ECTS
120 crédits
crédits



Durée
2 ans



Composante
UFR des
sciences de la
communication



Langue(s)
d'enseignement
Anglais

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.

Savoir-faire et compétences

La formation vise à savoir :

- * concevoir et mettre en place des stratégies de communication ;
- * manager des projets communicationnels ;
- * utiliser les différents moyens et supports de communication à destination des cibles ;
- * évaluer les actions de communication ;
- * maîtriser les outils théoriques et les méthodes de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication ;
- * développer des compétences rédactionnelles ;
- * mener une analyse réflexive et critique autour d'une problématique communicationnelle ;
- * maîtriser l'anglais dans son approche professionnelle.

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

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.

Admission

Conditions d'admission

Accès en Master 1 :

Les candidats à l'entrée du Master 1 doivent être 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.

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

Droits de scolarité

Pour obtenir l'attestation CVEC, se connecter à www.messervices.etudiant.gouv.fr et avec votre compte à <https://cvec.etudiant.gouv.fr/>

Droits nationaux pour le master (LMD), soit 243 euros.

Pour la Formation continue :

Avec prise en charge : 5500€/ année de formation



Sans prise en charge et avec accompagnement : 1000 € par année de formation

- * Responsable de communication ;
- * Consultant-e en communication ;
- * Conseiller-ère en communication.

Capacité d'accueil

25 étudiants par année

Et après

Poursuite d'études

Le parcours étant indifférencié, les étudiant-es, qui souhaitent poursuivre leurs études en formation doctorale, ont la possibilité de s'inscrire en thèse au [LabSIC](#) et rejoindre l'école doctorale Erasme ou d'autres formations doctorales en France comme à l'étranger en bénéficiant notamment du soutien et du réseau international du Laboratoire d'Excellence « Industries Culturelles et Création Artistique ».

> [Doctorat Sciences de l'information et de la communication](#)

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...).

Les deux années de formation préparent aux fonctions de :

- * Chargé-e de communication ;
- * Chargé-e de mission en communication ;

Contacts

Contacts

☎ 01 49 40 37 04

✉ svap-cfc@univ-paris13.fr

Responsable pédagogique

Amaia ERRECART

📍 bureau F210

Responsable pédagogique

Philippe FACHE

Secrétariat pédagogique

Khédidja Khamadj

☎ 01 49 40 32 72

✉ master.ce@univ-paris13.fr

📍 UFR des Sciences de l'Information et de la Communication, 99 avenue J.-B. Clément

Responsable administratif

Isabelle Auriel

☎ 01 49 40 37 52

✉ formationcontinue.ufrcom@univ-paris13.fr

📍 UFR des Sciences de l'Information et de la Communication

Responsable Service VOIE

Service Valorisation, Orientation et Insertion professionnelle de l'Etudiant (Campus de Villetaneuse)

✉ gestion.voie@univ-paris13.fr

🌐 <https://www.univ-paris13.fr/orientation/>

Responsable Formation continue

Contact formation continue

☎ 01 49 40 37 64

✉ acc-cfc@univ-paris13.fr

🌐 <http://www.fcu-paris13.fr/site/Home.html>

Responsable Formation continue

Contact validation des acquis

Organisation

Le master est proposé à plein temps sur deux ans.

En première année (M1), les cours se déroulent à l'Université (campus de Villetaneuse) 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.

Semestre 1 M1 Communication des entreprises, des institutio

UEF1 Méthodologie de la recherche et outils pratiques

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
Analyse des supports de communication	UE				
Méthodologie du rapport d'analyse	UE				

UEP1 Fonctions techniques de la communication organisations

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
Communication interpersonnelle dans l' entreprise	UE				
Fonction communication dans les organisations	UE				

UEP2 Approches du monde associa, organisa publics des entrep

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
Communication financière et bancaire	UE				
Enjeux et outils de la Communication Culturelle	UE				
Sociologie et communication des associations	UE				

UEP3 Utilisation des technologies et traitement de l'informa

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
Techniques de production et chaîne graphique	UE				

Semestre2 M1 Communication des entreprises, des institutio

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
--	--------	----	----	----	---------

Suivi individualisé du travail de recherche par tuteur univ

UE

UEP4 Communication publicitaire et marketing

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
--	--------	----	----	----	---------

Introduction à la publicité

UE

UEP5 Evolutions des organisations et communication interne

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
--	--------	----	----	----	---------

Mutations organisationnelles et pouvoirs

UE

UEP6 Anglais

Semestre 3 Master 2 CEIPA

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
--	--------	----	----	----	---------

UEF1 Projet professionnel de communication

UE

10

Table ronde ALUMNI

UE

UEP1 Enjeux de la communication politique

UE

5

Communication politique institutionnelle

UE

Sociologie politique

UE

Stratégie et techniques de la communication politique

UE

UEP2 Communication de l'état et des collectivités territoriales

UE

5

Communication publique

UE

UEP3 Stratégie de la communication

UE

5

Communication événementielle

UE

Droit de la communication

UE

Stratégies de la communication digitale

UE

UEP5 Communication dans l'environnement international

UE

5

Semestre 4 Master 2 CEIPA

	Nature	CM	TD	TP	Crédits
--	--------	----	----	----	---------

UEF2 Stage et mémoire de recherche

UE

20

Suivi individualisé du travail de recherche par tuteur univ

UE

UEF3 Accompagnement à l'insertion professionnelle

UE

Tech théâ serv entre emba

UE

UEP4 Politiques d'image et de management

UE

5

Communication et accompagnement au changement

UE

Communication audiovisuelle dynamique

UE

Identités et cultures d'entreprise

UE

Mécénat, sponsoring, fondations d'entreprises

UE