

EXECUTIVE EDUCATION

CELSA SORBONNE UNIVERSITÉ

L'EXCELLENCE UNIVERSITAIRE AU SERVICE DE LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES

Le CELSA est l'école des hautes études en sciences de l'information et de la communication de Sorbonne Université. Depuis près de 50 ans, l'école développe des formations courtes inter et intra-entreprises ainsi que des cursus diplômants à temps plein ou à temps partiel.

POUR PENSER ET ANTICIPER LES TRANSFORMATIONS DE LA COMMUNICATION, DU JOURNALISME ET DES MÉDIAS

Les équipes du CELSA sont reconnues pour leurs qualités scientifiques et pédagogiques. Elles s'appuient sur des enseignants-chercheurs et des intervenants professionnels, sélectionnés en fonction de leur expertise et de leur capacité à transmettre et dialoguer, pour offrir des formations spécialisées de haut niveau. Ces cursus sont irrigués par les travaux menés par le laboratoire de recherche de l'école qui permettent de penser et d'anticiper en permanence les transformations de la communication et des médias.

Les professionnels des secteurs privé et public peuvent ainsi élargir leur vision, étoffer leurs champs de compétences, accompagner leur projet de transition professionnelle et se doter des atouts clés indispensables pour évoluer et réussir.

Le CELSA propose aux professionnels, des formations visant à développer leurs capacités d'analyse, de diagnostic et leur expertise dans l'action.

UNE PÉDAGOGIE INTERACTIVE

Les enseignements sont assurés par des enseignants-chercheurs et des professionnels. Ils alternent savoirs théoriques, pratiques professionnelles, études de cas et recherche appliquée (mémoire).

DES PROGRAMMES ÉVOLUTIFS

L'actualisation des contenus et l'adaptation de l'offre pédagogique s'appuient sur la veille économique et sociale, sur l'évaluation constante des enseignements et sur des études sur l'évolution des métiers.

UNE ORGANISATION SOUPLE

Le rythme et les modalités de formation sont conçus en tenant compte des contraintes des professionnels. Ils intègrent les dispositifs VAPP, VAE, CPF et Projet de Transition Professionnelle (PTP).

UN ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUALISÉ

Des missions de conseil et d'assistance à la pédagogie sont assurées tout au long de la formation : orientation, aide à la recherche de stage, environnement numérique du travail, ressources informatiques et documentaires, aide à l'insertion professionnelle.

UNE OFFRE CERTIFIÉE

L'ensemble de l'offre de formation continue répond aux critères « qualité » de QUALIOPI.

Tous les masters professionnels sont enregistrés au RNCP (code 38208) et au CPF.

LES CHIFFRES-CLÉS DE LA FORMATION CONTINUE (2022)

- 1 Master 1, 12 Masters 2 ouverts aux professionnels
- Une majorité de masters accueillent des **doublets publics** étudiants et professionnels
- 20 à 25 apprenants par formation
- Près de 500 **stagiaires** en séminaires inter et intra-entreprises
- 23 **enseignants chercheurs**
- 450 **enseignants professionnels extérieurs**
- Un réseau de près de 10000 **adhérents actifs** au sein de CELSA Sorbonne Université Alumni
- 9000 **stagiaires en FPC** au sein de Sorbonne Université

FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE **DIPLÔMANTE**

DEUX FORMATS :
temps plein/temps partiel

DEUX RENTRÉES : septembre/février

CELSA COMMUNICATION

— Master 1 Métiers de la communication

Entreprises et institutions

- Master Entreprises, institutions et international
- Master Entreprises, institutions et risque
- Master Entreprises, institutions, territoires et culture/ vie politique

Ressources humaines et conseil

- Master Ressources humaines, management et organisations
- Master Conseil, management et organisations

Marque

- Master Marque, et stratégies de communication
- Master Marque, innovation et création

Médias

- Master Médias, innovation et création
- Master Médias, stratégies et management
- Master Médias, stratégies et numérique
- CQP Développeur de formats audiovisuels et numériques

Le Magistère

- Master Magistère, management et cultures créatives

CELSA JOURNALISME

- Master spécialisé en journalisme

Mastère spécialisé® CELSA Entreprendre

EMBA, Management, communications et sociétés

Formation internationale, Master's Degree in marketing, management, communication and media, Sorbonne University Abu Dhabi

FORMATION COURTES INTER ET INTRA-ENTREPRISE

Pour accompagner la performance des entreprises et le besoin de professionnalisation des salariés, le CELSA propose toute une gamme de formations courtes.

- **Formations inter-entreprises** sur les problématiques actuelles des métiers de la communication couvrant aussi bien les fondamentaux de la communication que la communication digitale, les RH et le management, la marque et le marketing.

Ces formations se déroulent sur une période de 1 à 6 jours.

- **Formations intra-entreprise** sur mesure pour accompagner les communicants d'une même entreprise dans l'évolution de leur métier.
- **Modules professionnels du Master spécialisé en journalisme** : 15 modules professionnels de 3 jours abordant les pratiques du journalisme sur l'ensemble des médias, presse écrite, radio, télévision et web.

Réunions d'informations en ligne sur : www.celsa.fr, rubrique « À la une »

Sites d'informations en ligne : www.celsa.fr, fc.sorbonne-universite.fr

Contacts

Formations diplômantes : Ingrid Gay, pour valider votre projet de transition professionnelle (rendez-vous vivement conseillé) : ingrid.gay@sorbonne-universite.fr – Tél. : 01 46 43 76 14

Formations courtes : Hélène Fau-Prudhomot, formations-courtes@celsa.fr – Tél. : 01 46 43 76 34 ou 76 18

CONDITIONS D'INSCRIPTION

- Avoir au moins 26 ans au 1^{er} janvier de l'année de la formation ;
- Justifier d'au moins 3 années d'expérience professionnelle (5 ans pour l'EMBA) ;
- Être titulaire d'une Licence (L3) ou d'un diplôme admis en équivalence*, pour le Master 1 ;
- Être titulaire du diplôme national de Maîtrise ou d'un titre admis en équivalence*, pour le Master 2 ;
- Être titulaire d'un diplôme validant cinq années d'études supérieures pour le Mastère spécialisé® ;
- Être titulaire d'un Master 2, Maîtrise, DEA ou d'un diplôme de grande école pour l'EMBA.

* Les diplômes ou titres portant la mention d'une « homologation » ne peuvent donner lieu à une équivalence de titre.

INSCRIPTION

- 1** Inscription sur le site Internet du CELSA : www.celsa.fr > rubrique Inscriptions/Résultats > Formation continue ;
- 2** Constitution du dossier, selon les indications données sur le site Internet ;
- 3** Finalisation de votre candidature via la plateforme d'inscription dématérialisée (indications sur le site)

Important

- Commissions d'admission organisées au fur et à mesure de l'arrivée des dossiers.
- Les candidats ne s'inscrivent qu'à une seule formation et à une seule option par session.
- Le CELSA n'envoie ni formulaire d'inscription ni dossier de VAPP.

ADMISSION

Sur dossier et entretien de motivation.

- Les commissions de VAPP et les entretiens de motivation sont organisés dans l'ordre d'arrivée des dossiers.
- Les candidats dont le dossier est validé sont informés du jour et l'heure de leur entretien avec les membres du jury d'admission.
- **Les résultats sont communiqués soit au fur et à mesure de la procédure d'admission soit en fin de procédure d'admission.**

CALENDRIER

Les formations commencent en septembre ou février de chaque année.

www.celsa.fr > rubriques :

Formation continue > Temps plein > Calendrier

Formation continue > Temps partiel > Calendrier

CONDITIONS FINANCIÈRES

www.celsa.fr > rubrique :

Formation continue > Tarifs & financement

Réunions d'informations en ligne, dates sur : www.celsa.fr, rubrique « À la une »

Contacteur

Ingrid Gay pour valider la cohérence projet professionnel/choix de la formation, préparer votre candidature (rendez-vous vivement conseillé)
ingrid.gay@sorbonne-universite.fr – Tél. : 01 46 43 76 14

Carine Bansède pour le financement de la formation
carine.bansede@sorbonne-universite.fr – Tél. : 01 46 43 76 71

CONSEILS, RECOMMANDATIONS

- Valider votre projet de formation.
- Mobiliser votre service RH, votre OPCO, pôle emploi... pour le financement, anticiper cette étape.
- Préparer votre candidature et votre oral d'admission : conseils bibliographiques sur le site

CONTACTS

Le service formation continue du CELSA conseille et accompagne les professionnels pour définir et mettre en place leur projet de transition professionnelle.

— Pour obtenir des informations : consulter le site Internet www.celsa.fr > rubrique Formation continue.

— Pour un entretien individuel vivement recommandé pour valider le projet de transition professionnelle (conseil, orientation, validation des acquis), sur rendez-vous :

Ingrid GAY - 01 46 43 76 14
ingrid.gay@sorbonne-universite.fr

— Pour être conseillé et accompagné sur le financement de la formation

Carine Bansède - 01 46 43 76 71
carine.bansede@sorbonne-universite.fr

La VAPP : un dispositif pour faciliter l'accès à la formation et reprendre des études

La VAPP (Validation des Acquis Professionnels et Personnels pour dispense de titre) peut vous permettre d'être candidat à une formation diplômante, sans avoir le diplôme requis pour y accéder.

Qui peut en bénéficier ?

Toute personne répondant aux conditions de la formation continue :

- avoir au moins 26 ans au 1^{er} janvier de l'année de formation ;
- avoir au moins 3 ans d'expérience professionnelle en rapport avec la formation visée ;
- conditions liées au diplôme :

Master 1 : le candidat doit impérativement être titulaire du baccalauréat,

Master 2 professionnel : le candidat doit impérativement être titulaire d'un Bac+2 (DEUG, DUT ou diplôme équivalent) reconnu par l'État, les diplômes ou titres portant la mention d'une « homologation » ne peuvent donner lieu à une « équivalence de titre ».

EMBA : le candidat doit impérativement être titulaire d'un BAC+3.

Quelle est la procédure ?

- Le candidat doit respecter les étapes d'inscription indiquées sur le site Internet : www.celsa.fr > rubrique Inscriptions/Résultats > Formation continue. Il doit joindre une lettre de demande de VAPP au dossier d'inscription.
- Une commission pédagogique examine l'expérience professionnelle et la formation d'origine pour évaluer les aptitudes à suivre la formation.
- Un avis favorable permet au candidat de suivre la procédure d'admission et d'être convoqué pour un entretien de motivation devant un jury d'admission.

L'attention des candidats est attirée sur le haut niveau d'exigence qui s'attache au Master 2 professionnel et sur l'importance que prend, à ce niveau, la cohérence entre les acquis théoriques, les acquis de l'expérience et le projet professionnel. En conséquence, il leur appartient d'analyser ces données afin d'éviter de déposer pour le Master 2 professionnel une candidature qui serait plus justifiée pour le Master 1.

La VAPP ne représente pas de coût supplémentaire autre que les frais d'inscription.

La VAE : un dispositif pour obtenir tout ou partie d'un diplôme

La VAE (Validation des Acquis de l'Expérience) peut permettre d'obtenir la totalité ou une partie d'un diplôme, sur la base de l'expérience. Le candidat à la VAE doit démontrer que ses acquis professionnels et personnels correspondent aux connaissances et aux aptitudes exigées pour l'obtention totale ou partielle du diplôme visé. Il convient donc en amont de mener une réflexion sur son expérience professionnelle afin de choisir la bonne filière et la bonne certification.

Quelle est la procédure ? Consultation et inscriptions portail France VAE : vae.gouv.fr

OBJECTIF

Les différents enseignements proposés sont pensés de manière à acquérir des compétences d'analyse et de réflexion critique qui permettent d'appréhender les enjeux stratégiques et communicationnels au regard du contexte socio-historique et politique contemporain. La formation offre pour ce faire des contenus à la fois théoriques et pratiques dans le champ des entreprises et des institutions, des ressources humaines, du marketing et des médias en général.

PROGRAMME
DÉMARCHES ET MÉTHODES D'ANALYSE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION
A. MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE DE LA RECHERCHE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : THÉORIES

- Fondamentaux des théories de l'information et de la communication
- Anthropologie
- Introduction à la sociologie et sociologie des organisations
- Approches de la marque
- Connaissance des médias

B. MÉTHODOLOGIE GÉNÉRALE DE LA RECHERCHE EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : LES MÉTHODES

- Études quantitatives et qualitatives
- Introduction à la sémiologie
- Communication digitale
- Culture numérique et réseaux sociaux
- Enjeux du numérique, stratégies de présence en ligne

C. ENVIRONNEMENT SOCIAL, POLITIQUE, ÉCONOMIQUE ET FINANCIER DES ENTREPRISES

- Économie
- Vie politique française
- La marchandisation du passé

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE
A. COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS

- Communication corporate
- RSE et communication responsable
- Plan de communication
- Stratégies et outils de communication interne

– PUBLIC

Ce master s'adresse avant tout aux professionnels qui souhaitent affiner et actualiser leurs approches en termes d'enjeux stratégiques et communicationnels contemporains à travers l'acquisition de connaissances théoriques et pratiques, dans une perspective d'évolution de leur carrière ou dans le cadre d'un projet de réorientation professionnelle

– PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

Théories de l'information et de la communication, sociologie, sémiologie, économie, droit, psychologie, approche digitale, gestion et enseignements professionnels

– ATOUTS

Formation à destination de professionnels (salariés et demandeurs d'emploi)

Promotion de 10 à 15 personnes

Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires

Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CPF de transition professionnelle

À l'issue de cette formation, les stagiaires pourront poursuivre leur cursus en 2^e année du Master professionnel, après avis d'une commission, et se spécialiser dans l'une des nombreuses options proposées par le CELSA

Réseau d'anciens élèves

MASTER 1 MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

- Relations presse, approche stratégique
- Relations publiques
- Mécénat

B. MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES

- Nouveaux enjeux RH et conduite du changement
- Rôles et pratiques des RH
- Pratiques et enjeux de recrutement
- Droit du travail
- Marque employeur

C. MARKETING, PUBLICITÉ, MÉDIAS ET NOUVEAUX MÉDIAS

- Marketing stratégique
- Psychosociologie appliquée à la consommation
- Marques et numérique
- Communication publicitaire
- Media planning et stratégie médias
- Marketing digital et plateformes sociales numériques

INFORMATION, COMMUNICATION ET LANGAGES DANS LE MONDE CONTEMPORAIN

A. ENQUÊTES ET PRATIQUE DE LA RECHERCHE

- Intelligence collective
- Atelier d'écriture créative
- Expression orale
- Préparation aux entretiens de recrutement
- Accompagnement insertion professionnelle

B. LANGUES VIVANTES ET OUVERTURE INTERNATIONNALE

- Étude d'image et évaluation de la communication

C. LANGUE VIVANTE

- Anglais

TRAVAIL D'ENQUÊTE ET DE RECHERCHE

- Méthodologie
- TER (travail d'enquête et de recherche)

STAGE OPTIONNEL

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

COMPÉTENCES ACQUISES

Capacité à :

- appréhender des problématiques professionnelles de communication
- être opérationnel dans les champs d'application professionnelle de la communication
- définir des plans d'action, tout en maîtrisant les méthodes et les outils nécessaires à leur mise en place
- endosser une posture critique et réflexive afin d'analyser et de déconstruire des stratégies communicationnelles

DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Généralistes de la communication, avec des perspectives de carrière chez les annonceurs, en agences ou dans les institutions

ORGANISATION

Les cours se déroulent sur quatre mois consécutifs de février à juin

Stage optionnel

Travail d'enquête et d'initiation à la recherche (TER)

PROGRAMME

450 heures de formation, projets tutorés collectifs et examens. Crédits : 60 ECTS

COÛT DE LA FORMATION

8 600 euros

OBJECTIF

Cette formation généraliste prépare à l'exercice de la communication, en entreprises et agences ainsi que dans le cadre d'organisations à vocations diverses : associations, ONG, institutions politiques ou sociales. Le programme permet d'acquérir l'ensemble des connaissances théoriques et méthodologiques nécessaires à l'élaboration et à la mise en œuvre d'une politique de communication.

L'approche théorique, méthodologique et professionnelle animant ce cursus, permet de mieux maîtriser les enjeux et les pratiques de la communication institutionnelle dans un contexte marqué par l'accélération, la digitalisation et l'internationalisation des échanges.

Cette formation a pour but le renforcement des capacités de diagnostic de prise de décision, de conduite et d'évaluation des actions de communication.

– PUBLIC

Cadres désirant devenir des professionnels de la communication exerçant dans différents secteurs d'activité

Spécialistes de la communication souhaitant élargir le champ de leurs compétences et accroître leur niveau de responsabilités, afin de favoriser leur évolution professionnelle

– PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

Sciences de l'information et de la communication, sociologie, philosophie, sciences politiques

– ATOUTS

Diplôme d'État, inscrit au RNCP
 Formation à destination de professionnels (salariés et demandeurs d'emploi)

Promotion de 10 à 20 personnes

Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires

Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CPF de transition professionnelle

Formation reconnue par les professionnels

Pédagogie interactive et suivi personnalisé

Réseau d'anciens élèves

– COMPÉTENCES ACQUISES

Compréhension des contextes et logiques d'action sur un plan économique, social et médiatique

Aptitude à manager des projets innovants en communication corporate

PROGRAMME

APPROCHES THÉORIQUES

DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

A. THÉORIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- Imaginaires médiatiques de l'entreprise et du travail
- Sociologie des médias
- Communication des organisations et des territoires
- Corps dirigeants, corps à la marge
- L'europe en frontières

B. STRATÉGIES DE COMMUNICATION DANS L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

- Connaissance des organisations syndicales
- Enjeux économiques contemporains
- Enjeux environnementaux au niveau local
- Communication et développement durable

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Stratégie et structures des organisations
- RSE et communication responsable

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE

A. STRATÉGIES DE COMMUNICATION

- Marketing : politique de marque et stratégie
- Stratégies de communication et communication de crise
- Communication humanitaire
- Lobbying
- Web communication

B. COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

- Cultures, territoires et communication
- Communication financière
- Communication interne

C. RELATIONS AVEC LES PUBLICS

- Relations publiques
- Mécénat
- Communication des associations
- Vie politique française
- Communication publique
- Communication des collectivités territoriales
- Relations médias
- Anglais

OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

A. LANGAGES ET COMMUNICATION, LANGUES VIVANTES

- Prise de parole
- Anglais

B. OUTILS DE DIAGNOSTIC, D'ANALYSE ET D'AIDE À LA DÉCISION

- Gestion des ressources humaines
- Stratégie du plan de communication
- Conférences

C. MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

- Introduction à la sémiologie et analyse de discours
- Études qualitatives et quantitatives - Études d'opinions et d'images

MÉMOIRE

- Méthodologie du mémoire
- Séminaires de recherche

STAGE

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

ou spécialisée. Management de la communication

– DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Directeur ou responsable de communication en organisations (entreprises, agences, institutions, associations)

– ORGANISATION

Les cours se déroulent de février à juin

Stage de spécialisation obligatoire de 3 mois (ou CDI/CDD)

Mémoire d'étude et de recherche

– PROGRAMME

500 heures de formation, projets tutorés collectifs et examens. Crédits : 60 ECTS

– COÛT DE LA FORMATION

8 600 euros

OBJECTIF

Cette formation a pour objectif de conférer une expertise sur la communication de marque, et ce dans un contexte de profondes transformations du rapport des consommateurs aux marques et des pratiques professionnelles de la communication marchande. Les enseignements, assurés à la fois par des enseignants-chercheurs du CELSA et des professionnels experts des marques, permettent d'acquérir les connaissances et les compétences opérationnelles nécessaires à l'élaboration de stratégies de communication de marques dans le cadre de missions d'agences ou bien chez l'annonceur.

L'accent est mis au sein de la formation sur le renforcement des connaissances liées aux enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux de la marque afin de former des professionnels acteurs du changement : capacité à la pensée critique et au décryptage des stratégies durables et inclusives de marque, maîtrise des outils de diagnostic et de prise de décisions, développement de compétences et de tactiques en communication marchande responsable. .

– PUBLIC

Cadres avec expérience en marketing, publicité et/ou communication marchande, en entreprise ou en agence, souhaitant compléter leur formation initiale et professionnelle et gagner en expertise numérique sur les enjeux contemporains des marques (durabilité, inclusivité, sobriété numérique).

Cadres avec expérience dans divers secteurs d'activité, mais n'occupant pas encore des fonctions liées à la marque, souhaitant acquérir une double expertise dans leur domaine initial et dans celui du marketing et de la marque en général, souhaitant être sensibilisés à ses déclinaisons environnementales et sociales.

– PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

Communication marchande, publicité, RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) et enjeux de marque, sciences de l'information et de la communication, sémiotique, planning stratégique, études qualitatives et quantitatives, stratégies de communication, branding, naming, marketing d'influence

– ATOUTS

Diplôme d'État, inscrit au RNCP
 Formation à destination de professionnels (salariés et demandeurs d'emploi)
 Promotion de 10 à 15 personnes
 Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires
 Pédagogie interactive et suivi personnalisé
 Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CPF de transition professionnelle ou PTP

Formation reconnue par les professionnels
 Réseau d'anciens élèves

PROGRAMME
APPROCHES THÉORIQUES DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS
A. THÉORIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- SIC et marketing
- SIC et publicité
- Approches critiques du numérique
- Le monde marchand du 19^e siècle
- Stratégies de médiatisation marchande
- Les contradictions du tourisme

B. STRATÉGIES DE COMMUNICATION DANS L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

- La gamification au service des marques
- Planning stratégique : pilotage de marque
- Planning stratégique : insight et pistes créatives

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Marketing stratégique : fondamentaux et stratégies
- Budget et décisions de communication
- Auto-régulation des marques et de la publicité
- Initiation au droit des marques

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE
A. LA MARQUE AU SERVICE DE LA SOCIÉTÉ ET DE L'ENVIRONNEMENT

- Marque et transition environnementale et sociale
- La communication au prisme du genre

- Questionner l'inclusivité et la diversité
- Résistances à la consommation
- Stratégies marchandes de réemploi ("upcycling")
- Expérience utilisateur et design durable
- « Grand cas » : diagnostic et déploiement d'une stratégie de communication de marque à partir d'un cas réel

B. BRANDING

- Stratégie de marque
- Pratiques de la marque
- Design circulaire appliqué
- Stratégie d'entreprise et branding
- Identité verbale et communication engagée
- Branding et naming

C. STRATÉGIES DE COMMUNICATION, LANGUE VIVANTE

- Analyse et culture publicitaires
- Stratégies communicationnelles de la marque

D. LANGUE VIVANTE

- Anglais

OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

A. LANGAGES ET COMMUNICATION, LANGUES VIVANTES

- Anglais spécialisé (marketing)
- Expression orale, présentation de soi

B. OUTILS DE DIAGNOSTIC, D'ANALYSE ET AIDE À LA DÉCISION

- Media planning
- Sémiotique de la marque

C. MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

- Études quantitatives et qualitatives

MÉMOIRE

- Méthodologie de la recherche - Accompagnement du mémoire
- Séminaires de recherche

STAGE

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

COMPÉTENCES ACQUISES

Capacité à :

- décrypter les contextes économiques, sociaux, culturels, communicationnels et environnementaux d'une marque et les logiques d'actions qui en découlent
- maîtriser et comprendre les pratiques de communication en contexte de mutation profonde de la société et des consommateurs
- effectuer un audit de marque approfondi
- déployer une stratégie de communication en tenant compte des diverses opportunités médiatiques
- développer leurs aptitudes à manager des projets créatifs et innovants

DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Planneur stratégique, responsable de marque, chargé de communication (chez l'annonceur, en agence conseil en stratégies de marque, agence de publicité ou cabinet d'études ou en consulting)

ORGANISATION

Les cours se déroulent de février à juin

Stage obligatoire de 3 mois (ou CDI/CDD)

Mémoire d'étude et de recherche

PROGRAMME

500 heures de formation, projets tutorés collectifs et examens.
Crédits : 60 ECTS

COÛT DE LA FORMATION

8 600 euros

OBJECTIF

Cette formation s'adresse à des professionnels qui souhaitent se former à une vision globale et transverse des métiers des RH, avec une forte dimension communicationnelle. Le programme allie savoir-faire professionnels et sciences sociales afin d'offrir une compréhension large de l'environnement dans lequel exercent les acteurs RH.

Le Master a pour objectifs de former les stagiaires :

- à la compréhension des stratégies des entreprises et des enjeux socio-économiques et communicationnels des organisations et de la fonction RH ;
- à l'analyse des relations de travail dans leurs dimensions sociologique et symbolique ;
- à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques RH ;
- à la communication, au management et à l'accompagnement du changement.

PROGRAMME
**APPROCHES THÉORIQUES
DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS**
A. THÉORIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- Sociologie des organisations du travail
- Goût et coûts du travail
- Approche ethnologique de l'entreprise et du travail
- Communication des organisations
- Usages et médiations du passé dans les organisations

**B. STRATÉGIES DE COMMUNICATION
DANS L'ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL**

- Droit du travail
- Protection sociale, politiques et acteurs de l'emploi
- RH et digital
- Management interculturel et culture d'entreprise
- Genre et relations de travail
- RSE et RH
- Entreprise et handicap
- Discriminations et promotion de la diversité

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Les enjeux stratégiques de la fonction RH et du management en 2022
- Stratégies financières et implications RH
- Regards sur la financiarisation de la société
- Évaluation financière de l'entreprise et de la marque
- Être DRH à l'international

— PUBLIC

Professionnels pouvant justifier d'une expérience dans les domaines des RH, de la communication ou du management, désireux d'accroître leur niveau de responsabilité et de favoriser leur évolution professionnelle

Professionnels n'occupant pas encore ou partiellement des fonctions en RH et qui souhaitent acquérir une expertise dans ce domaine. Une expérience en gestion, finance, marketing ou communication est appréciée

**— PRINCIPAUX
DOMAINES D'ÉTUDES**

Sociologie, psychologie, anthropologie, sciences de l'information et de la communication GRH, management, communication, conduite du changement...

— ATOUTS

Diplôme d'État, inscrit au RNCP
Formation à destination de professionnels (salariés et demandeurs d'emploi)

Promotion de 10 à 15 personnes

Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires

Application d'apports scientifiques au management et à la GRH

Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CPF de transition professionnelle

Formation reconnue par les professionnels

Réseau d'anciens élèves

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE – MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES ET COMMUNICATION

A. GESTION ET DÉVELOPPEMENT DES RESSOURCES HUMAINES

- Recrutement et attractivité : stratégies, politiques et outils - GPEC
- Politique de formation
- Stratégies d'entreprise, formation et management
- Enjeux, politiques et outils de rémunération
- RH et risques psychosociaux

B. STRATÉGIE ET PRATIQUES DE COMMUNICATION

- Communication de crise
- Grand cas : présentation Brief, jury
- Enjeux et stratégie de communication
- De l'action au plan de communication
- Marque employeur

C. MANAGEMENT ET CONDUITE DU CHANGEMENT, RELATIONS SOCIALES NÉGOCIATIONS

- Conduite du changement
- Management du changement et intelligence collective
- Enjeux d'inclusion et d'exclusion sociale liés au télétravail
- Gestion des carrières
- Méthodes de recrutement
- Transformations du monde syndical et perspectives actuelles : le syndicalisme européen
- Pratique de négociation

OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

A. LANGAGES ET COMMUNICATION, LANGUES VIVANTES

- Langue anglaise spécialisée
- Cohésion de groupe : théâtre
- Prise de parole en situation professionnelle
- Conduite de réunion

B. OUTILS DE DIAGNOSTIC, D'ANALYSE ET D'AIDE À LA DÉCISION

- Démarche et enjeux du business plan
- Jeu d'entreprise : élaboration et mise en œuvre d'une stratégie RH

C. MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

- Analyse bibliographique et documentaire
- Séminaires de suivi d'enquête
- Usage de la sémiologie et analyse de discours comme méthode de recherche
- Sémiologie
- Conférences recherche
- Diagnostic quali/quantitatif

MÉMOIRE

- Méthodologie de l'entretien sociologique
- Séminaires de suivi de l'élaboration du mémoire

STAGE

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement du projet professionnel
- Recherche de stages, entretiens
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

– COMPÉTENCES ACQUISES

Comprendre les stratégies des entreprises et les grands enjeux des organisations et de la fonction RH

Analyser le contexte sociologique et communicationnel des relations de travail

Élaborer et mettre en œuvre des politiques RH

Mettre en place des stratégies de communication pour accompagner les politiques RH

Accompagner les managers dans le déploiement des politiques RH

– DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Le Master forme des professionnels des RH généralistes qui exercent en entreprise, en cabinet-conseil, au sein d'une organisation publique ou d'une association : RRH, DRH, responsable de formation, de la communication interne, de la marque employeur, des relations sociales, de la GPEC, de la diversité...

– ORGANISATION

Les cours se déroulent de février à juin

Stage de spécialisation de 3 mois minimum (ou CDI/CDD)
Mémoire d'étude et de recherche

– PROGRAMME

500 heures de cours, projets tutorés collectifs et examens.
Crédits : 60 ECTS

– COÛT DE LA FORMATION 8 600 euros

OBJECTIF

Cette formation spécialisée a pour objectif de former à l'exercice du journalisme dans toutes ces dimensions : savoirs théoriques et culture générale, connaissances critiques et pratiques des techniques professionnelles. Il place le journaliste dans une dynamique professionnelle et individuelle : renforcement des compétences, élargissement des domaines d'activité, maîtrise des nouveaux médias, réflexion critique sur les métiers et leurs responsabilités.

PROGRAMME
L'ENTREPRISE DE PRESSE, LE DROIT ET LA DÉONTOLOGIE
**A. CONNAISSANCE DE L'ENTREPRISE DE PRESSE
 À L'HEURE DE LA CONVERGENCE**

- Gestion des entreprises de presse
- Les piges
- Société de production
- Agence de presse AFP

B. LA PRESSE ET LE DROIT

- Droit des journalistes et des personnes
- Histoire du Fact-Checking
- *Fake news*
- Du droit à l'éthique
- Histoire des médias
- Sociologie des médias
- Les textes fondateurs et leurs applications
- Droits d'auteur
- Déontologie

APPROFONDISSEMENT DES PRATIQUES PROFESSIONNELLES
A. PRESSE ÉCRITE

- Module 1 : le journal et l'écriture journalistique : les fondamentaux ; les différents types de presse
- Module 2 : les genres journalistiques en presse écrite : brève, filet, article, reportage, enquête [1]
- Module 3 : les genres journalistiques en presse écrite : chronique, portrait, interview, éditorial [2]
- Module 4 : enquête et information scientifique

B. RADIO

- Module 5 : l'enregistrement et le montage numérique
- Module 6 : l'écriture radiophonique
- Module 7 : les genres journalistiques en radio
- Module 8 : les podcasts

— PUBLIC

Journalistes en activité (CDI, CDD, pigistes) non diplômés d'une école de journalisme reconnue. Pour le public hors presse, personnes ayant une activité en lien avec les médias. Reconversion sous certaines conditions.

**— PRINCIPAUX
 DOMAINES D'ÉTUDES**

Compréhension du monde contemporain, des médias et des entreprises de presse. Problématiques d'actualité, pratiques professionnelles sur l'ensemble des médias (presse écrite, radio, télévision et web). Droit, sources d'information

— ATOUTS

Diplôme d'État, inscrit au RNCP

Formation à destination de professionnels (salariés et demandeurs d'emploi)

Promotion de 10/15 personnes maximum

Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires

Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CPF de transition professionnelle

Formation organisée sous forme d'unités capitalisables avec soutenance d'un mémoire

Cursus à temps partiel, compatible avec une activité professionnelle

Pédagogie interactive et participative, qui fait largement appel aux professionnels et mises en situation

Réseau d'anciens élèves

C. TÉLÉVISION

- Module 9 : le tournage et le montage numériques
- Module 10 : l'écriture journalistique en télévision
- Module 11 : les genres journalistiques en télévision [1]
- Module 12 : les genres journalistiques en télévision [2]

D. WEB JOURNALISME

- Module 13 : les outils de la vidéo sur le web
- Module 14 : l'écriture et le référencement
- Module 15 : les genres journalistiques

E. LANGUE VIVANTE

- Anglais

OUVERTURE INTERNATIONALE ET LANGUES VIVANTES

A. CONFÉRENCES THÉMATIQUES, ENJEUX CULTURELS, RELIGIEUX, ÉCONOMIQUES DU MONDE CONTEMPORAIN

- Politique
- Économie
- Société
- Culture : journalisme et nouveaux formats
- Sciences et techniques

B. TRAITEMENT DE L'ACTUALITÉ INTERNATIONALE

- Géopolitique
- Europe
- Ressources naturelles et environnement
- Climat et informations scientifiques

C. LANGUE VIVANTE - ANGLAIS

PRÉPARATION DU MÉMOIRE PROFESSIONNEL DE FIN D'ÉTUDES

A. ENCADREMENT PROFESSIONNEL POUR LA RÉALISATION D'UN DOCUMENTAIRE OU D'UNE ENQUÊTE

- Méthodologie : cours + suivi mémoire

B. SESSIONS PROFESSIONNELLES D'APPROFONDISSEMENT

- Expression orale
- Les réseaux sociaux
- Documentaire TV
- Data journalisme

STAGE (optionnel)

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement (optionnel)
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Soirée rencontre
- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

COMPÉTENCES ACQUISES

Cette formation permet d'acquérir des savoir-faire professionnels sur l'ensemble des médias d'information. Elle favorise l'acquisition de connaissances dans les principaux domaines de l'actualité, et développe un regard critique sur le monde et ses enjeux, mais aussi sur les pratiques professionnelles des journalistes. Le mémoire offre une initiation à la recherche et permet d'acquérir une rigueur conceptuelle, nécessaire à l'exercice des métiers du journalisme

DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Métiers du journalisme, avec des compétences sur l'ensemble des médias et nouveaux médias

ORGANISATION

Formation à temps partiel, 6 jours par mois sur 13 mois (mercredi, jeudi et vendredi)

STAGES COURTS

Ce cycle intègre 15 modules professionnels de trois jours, répartis sur six mois (UE 2). Chacun de ces modules peut être suivi séparément et indépendamment du cursus complet diplômant

PROGRAMME

500 heures de cours, projets tutorés collectifs et examens

COÛT DE LA FORMATION

Master spécialisé en journalisme :
8 600 euros
Module professionnel :
(suivi indépendamment du Master)
1380 euros
par module de 3 jours

OBJECTIF

Généraliste, à temps partiel, cet EMBA se différencie des autres formations par sa valeur ajoutée liée aux domaines d'excellence de la Sorbonne et du CELSA : les sciences humaines et la communication. Ce cursus permet d'approfondir les connaissances et les savoir-faire dans tous les domaines de la conduite des affaires : management, stratégie financière, marketing, communication, ressources humaines et audit. En outre, il apporte une expertise en matière de connaissance des sociétés, des cultures et des marchés, et mise sur une intelligence globale de l'action. Il vise à former des cadres de haut niveau aptes à exercer leur capacité d'analyse et de synthèse pour diriger des organisations internationales, dans des environnements complexes et multiculturels.

– PUBLIC

L'EMBA Sorbonne Université CELSA est conçu pour les cadres supérieurs qui souhaitent donner un nouvel élan à leur carrière et évoluer vers des fonctions managériales, stratégiques et internationales. Les promotions sont constituées de managers expérimentés, à fort potentiel, issus de tous les secteurs d'activité et opérant dans des situations de changement

– ATOUTS

L'union d'une grande école et d'une université

L'expertise d'un corps professoral pluridisciplinaire : enseignants-chercheurs du CELSA et intervenants professionnels

Une pédagogie interactive

Une organisation compatible avec une activité professionnelle

Promotion de 10 à 15 stagiaires

– COMPÉTENCES ACQUISES

Les champs d'expertise concernent les aspects essentiels du management, de la communication et de la connaissance des sociétés dans une perspective de développement de marché :

- les fondamentaux en management et conduite des affaires permettent de développer des compétences dans tous les domaines-clés du fonctionnement de l'entreprise : stratégie et organisation, gestion et finance, marketing, ressources humaines, communication, audit et management
- la connaissance internationale des sociétés, des cultures et des marchés permet de comprendre leur interaction et de les intégrer dans une stratégie de développement et de prise de décision
- l'intégration des sciences humaines et sociales facilite une approche innovante de la conduite des affaires. L'objectif est d'appréhender les mécanismes sociaux et les enjeux sociétaux dans une logique d'intelligence globale de l'action, de l'amont

PROGRAMME

MODULE 1
APPROCHES STRATÉGIQUES
DES ORGANISATIONS ET COMMUNICATION

Maîtriser les principaux leviers de développement stratégique des entreprises, sachant qu'une place particulière est accordée à la communication envisagée dans sa transversalité

- Stratégies et business models
- Stratégies marketing
- Stratégies de management des ressources humaines
- Stratégies de communication
- Stratégies financières

MODULE 2
MANAGEMENT, LEADERSHIP ET
ACCOMPAGNEMENT DU CHANGEMENT

Développer les capacités de diagnostic, faciliter la prise de décision, comprendre et maîtriser des environnements socio-techniques complexes

- Gestion de projet, entrepreneuriat
- Management
- Développement du leadership
- Conduire du changement
- Innovation, R&D, Digital

MODULE 3 CULTURES, SOCIÉTÉS

Développer les connaissances et la réflexion sur des sociétés complexes, les perspectives interculturelles et la mondialisation, les économies solidaires, les crises et les mutations. Ce module, valeur ajoutée de ce MBA, repose sur l'imbrication de la connaissance des sociétés et de la dynamique des marchés

OUVERTURES THÉORIQUES

- Sémiologie de la consommation
- Sciences sociales et management
- Histoire, communication et organisations des entreprises
- Enjeux politiques internationaux : le couple franco-allemand
- Le genre en entreprise
- Approche de l'anthropologie de la globalisation

SÉMINAIRES AVEC DES CHERCHEURS

CYCLE DE CONFÉRENCES

- Ouvertures, ères culturelles
- Enjeux sociétaux et environnementaux

ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION

- Journée d'accueil : programme, pédagogie, financement, scolarité...
- Insertion professionnelle : dispositifs d'accompagnement
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Examens terminaux et contrôle continu
- Évaluation des enseignements

(prise de décision) à l'aval
(acceptation par les publics concernés)

– DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Dirigeant d'entreprise ou cadre dirigeant en organisations internationales, complexes et multiculturelles

– ORGANISATION

Une organisation compatible avec une activité professionnelle : à temps partiel sur 18 mois, le jeudi et vendredi, 2 fois par mois, le cursus de l'EMBA Sorbonne Université CELSA se déroule en présentiel. Il inclut 2 semaines intensives et un voyage d'étude à l'étranger

– PROGRAMME

500 heures d'enseignement et une semaine d'étude à l'étranger

– COÛT DE LA FORMATION

23 000 euros
(voyage d'études compris)

Financement par l'entreprise (plan de développement des compétences) ou financement personnel

CALENDRIER DES FORMATIONS 2024

CALENDRIER DES INSCRIPTIONS

FORMATIONS TEMPS PLEIN	INSCRIPTIONS
Master 1	De septembre 2023 à janvier 2024 Inscription sur www.celsa.fr , rubrique « inscription/résultats »
Master 2 Communication Territoires et culture/vie politique Médias, stratégies et management Médias stratégiques et numérique	Du 1^{er} février au 16 mai 2023 inclus Inscription sur www.celsa.fr , rubrique « inscription/résultats »
FORMATIONS TEMPS PARTIEL	INSCRIPTIONS sur www.celsa.fr , rubrique « inscription/résultats »
Master 2 rentrée septembre	Du 1^{er} février au 27 mars 2023 inclus
MSJ	De septembre 2023 à janvier 2024
EMBA	jusqu'au 20 juillet 2023

CALENDRIER DE L'ADMISSION

FORMATIONS	COMMISSIONS D'ADMISSION	RÉSULTATS DE L'ADMISSION
Master 2 temps partiel	mars et avril 2023	Affichage le 17 avril 2023
Master 2 temps plein	mars, avril et mai 2023	Affichage le 8 juin 2023
MSJ	octobre 2023 à janvier 2024*	Affichage janvier 2024
Master 1	octobre 2023 à janvier 2024*	Affichage janvier 2024
EMBA	au fur et à mesure de l'arrivée des dossiers	Affichage septembre 2023

* Commissions de VAPP et commissions d'admission organisées au fur et à mesure de l'arrivée des dossiers

CALENDRIER DE LA FORMATION

FORMATIONS	DÉBUT DES COURS	FIN DES COURS
Master 2 temps partiel	11 septembre 2023	juin 2024
Master 2 temps plein	12 septembre 2023	février 2024 <i>Stage de 3 mois obligatoire</i>
Master 1	février 2024	mai 2024
MSJ	février 2024	février 2025
EMBA	septembre 2023	février 2025



www.celsa.fr



CELSA Sorbonne Université
École des hautes études en sciences de l'information et de la communication
77, rue de villiers | 92200 Neuilly-sur-Seine | Tél. +33 (0) 1 46 43 76 76