

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 universitaires et des professionnels, et 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 CIF.

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 est certifiée ISO 29990 et répond aux critères « qualité » de DATADOCK.

Tous les masters professionnels sont enregistrés au RNCP et au CPF.

LES CHIFFRES-CLÉS DE LA FORMATION CONTINUE

- Près de **120 stagiaires** en formation continue diplômante en 2018
- Un effectif réduit par promotion : **de 10 à 20 stagiaires**
- Près de **500 stagiaires** en séminaires inter et intra-entreprises
- Plus de **5 000 heures** stagiaires
- **22 enseignants chercheurs**
- **450 enseignants** professionnels extérieurs
- Un réseau de plus de **800 adhérents actifs** au sein de l'association des anciens élèves

FORMATION CONTINUE DIPLOMANTE

CELSA COMMUNICATION

- Master 1 Métiers de la communication

Entreprises et institutions

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

Ressources humaines et conseil

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

Marque

- Master Marque, communication et numérique
- Master Marque, innovation et création

Médias

- Master Médias, innovation et création
- CELSA-Mines Communication et technologie numérique

Le Magistère

- Master Magistère, management et culture

CELSA JOURNALISME

- Master spécialisé en journalisme

EXECUTIVE EDUCATION

- MBA, Management, communications et sociétés
- Mastère spécialisé CELSA ENTREPRENDRE
- CQP Développeur de formats audiovisuels et numériques

Formation internationale

- Master's Degree in marketing, management, communication and media, Paris-Sorbonne Université Abu Dhabi

FORMATION CONTINUE INTER ET INTRA-ENTREPRISE

Pour accompagner la performance des entreprises et le désir de professionnalisation des salariés, le CELSA propose toute une gamme de parcours modulables et individualisés, en formation courte, au format CPF :

- **Formations inter-entreprises**, sur les problématiques actuelles des métiers de la communication couvrant aussi bien les fondamentaux (stratégie et plan de communication, évaluation des actions de communication...), que la communication digitale (stratégie réseaux sociaux, communication interne à l'heure des transformations digitale et collaborative), et la communication de marques (brand content, marque employeur...). 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, dans les locaux du CELSA, 77, rue de Villiers, à Neuilly-sur-Seine, dates sur : www.celsa.fr, rubrique « À la une »

Contacteur Évelyne Durel pour valider votre projet de formation, sur rendez-vous (conseil, orientation, VAPP, VAE) : evelyne.durel@sorbonne-universite.fr – Tél. : 01 46 43 76 14

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 le MBA) ;
- 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 le MBA.

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

INSCRIPTION

- 1** Préinscription 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** Envoi du dossier par courrier dans les délais requis en recommandé avec A.R.,
à l'adresse suivante :
CELSA - FC – Master 1 ou 2 (précisez l'intitulé de l'option choisie), Mastère spécialisé, MBA, CQP
Inscription n° (numéro Internet attribué automatiquement à la fin de la démarche d'inscription sur le site du CELSA)
77, rue de Villiers
92523 Neuilly-sur-Seine Cedex

Important

- Les candidats ne s'inscrivent qu'à une seule formation et à une seule option par session.
- Les candidats respectent la date limite d'envoi des pièces demandées (le cachet de la poste faisant foi).
- Le CELSA n'envoie ni formulaire d'inscription ni dossier de VAPP.

VALIDATION DES ACQUIS PROFESSIONNELS ET PERSONNELS, VAPP :

Elle permet d'accéder à une formation universitaire sans le diplôme normalement requis.

Les personnes intéressées par une formation, mais ne pouvant justifier du diplôme requis, peuvent déposer une demande écrite de validation des acquis pour dispense de titre (VAPP), qui sera jointe au dossier d'inscription. La demande est examinée par une commission, qui juge si l'expérience professionnelle compense l'absence du diplôme requis pour la formation.

La priorité est donnée aux dossiers dont l'expérience professionnelle est en lien avec la formation demandée.

Conditions particulières à la VAPP :

Master 1 : être titulaire du baccalauréat

Master 2 : être titulaire d'un DEUG ou d'un titre admis en équivalence

Mastère spécialisé et MBA : être titulaire d'une Licence ou d'un diplôme équivalent

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 au fur et à mesure de la procédure d'admission.

CALENDRIER

Les formations commencent en février, mars ou septembre 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

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 :

Évelyne Durel - 01 46 43 76 14
evelyne.durel@sorbonne-universite.fr

— **Pour le financement de votre formation**
Carine Bansède - 01 87 15 60 12
carine.bansede@sorbonne-universite.fr

Réunions d'informations, dans les locaux du CELSA, 77, rue de Villiers, à Neuilly-sur-Seine, dates sur : www.celsa.fr, rubrique « À la une »

Contactez Évelyne Durel pour valider votre projet de formation (rendez-vous vivement conseillé) : evelyne.durel@sorbonne-universite.fr – Tél. : 01 46 43 76 14

OBJECTIF

Le Master 1 forme aux métiers de la communication. Le programme est conçu de manière transversale pour développer les compétences professionnelles dans les grands domaines d'application de la communication. Il s'agit de conforter polyvalence et capacité à prendre en compte les contextes politique, économique, financier, social et culturel dans lesquels s'inscrivent les stratégies de communication des entreprises et des institutions. Pour ce faire, la formation intègre théories fondamentales et pratiques professionnelles en communication des entreprises et des institutions, en gestion des ressources humaines, marketing, médias et nouveaux médias.

– PUBLIC

Professionnels souhaitant compléter et actualiser leurs connaissances théoriques et pratiques dans une perspective d'évolution, ou professionnels en demande d'enseignements fondamentaux, dans le cadre d'un projet de réorientation

– PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

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

– ATOUTS

Obtention du diplôme national de Maîtrise

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

Promotion de 15 à 25 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

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

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 communication au service de la stratégie

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE
A. COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS

- Communication corporate
- Communication publique

MASTER 1 MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

- Plan de communication
- Stratégies et outils de communication interne
- 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
- Innovation et réseaux sociaux

INFORMATION, COMMUNICATION ET LANGAGES DANS LE MONDE CONTEMPORAIN

A. TECHNIQUES D'EXPRESSION

- Atelier d'écriture créative
- Expression orale

B. LANGAGE ET ANALYSE DE LA COMMUNICATION

- Étude d'image et évaluation de la communication

C. LANGUE VIVANTE

- Anglais

TRAVAIL D'ENQUÊTE ET DE RECHERCHE

- Méthodologie
- Séminaires, travaux de groupes / projets tutorés

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

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

Le programme est composé de quatre unités d'enseignement

COÛT DE LA FORMATION

5 200 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 de gestion, 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

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 ou spécialisée. Management

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

- Théories de l'information et de la communication
- La construction médiatique des antisystèmes
- Philosophie et culture politique française

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
- Sociologie des médias

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Stratégie et structures des organisations
- RSE et communication responsable

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE
A. STRATÉGIES DE COMMUNICATION

- Gestion des ressources humaines
- Marketing : politique de marque et stratégie
- Stratégies de communication et communication de crise
- Communication humanitaire
- Lobbying

- Droit de la communication
- Web communication

B. COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

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

C. RELATIONS AVEC LES PUBLICS

- Relations publiques
- Mécénat culturel
- Communication des associations
- Communication et association de consommateurs
- Vie politique française
- 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

- Stratégie du plan de communication

C. MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

- Introduction à la sémiologie et analyse de discours
- Études qualitatives et quantitatives - Études d'opinion et d'image

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

– 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 de 3 mois minimum (ou CDI/CDD)

Mémoire d'étude et de recherche

– PROGRAMME

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

Le programme est constitué de quatre unités d'enseignement

– COÛT DE LA FORMATION

7 500 euros

OBJECTIF

La vocation et les missions des entreprises, des institutions et des organisations de la culture, du tourisme et du patrimoine évoluent en profondeur tant au niveau local qu'international. Ce cursus se propose d'étudier ces mutations culturelles, économiques, territoriales et technologiques, et leurs incidences en termes de communication, avec un objectif double :

- évaluer les nouvelles formes de management de la communication et de la relation aux publics (notamment via les supports numériques) dans les secteurs du tourisme et de la culture
- concevoir, mettre en œuvre et évaluer de manière créative les politiques de communication plurimédias mais aussi les politiques des publics, tant des lieux de l'art et de la culture, des destinations que des événements culturels

PROGRAMME

APPROCHES THÉORIQUES DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

A. THÉORIES DE L'INFORMATION, DE LA COMMUNICATION ET DES SCIENCES SOCIALES

- Théories de l'information, de la communication et des médiations
- Pratiques contemporaines en muséologie et médiations culturelles
- Sociologie de la culture et des publics
- Sociologie des loisirs et du tourisme

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

- Touristisation du monde / Communication et médiations des institutions territoriales et culturelles
- Communication des villes mondes : le cas de Paris
- Stratégies marques, marketing, e-marketing et acteurs du tourisme
- Les institutions publiques et le spectacle vivant : le cas de la philharmonie et de l'opéra de Paris

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Économie de la culture, mécénat en ligne, nouvelles intermédiations, financement de la culture
- Les stratégies numériques des grandes institutions culturelles

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE

A. CULTURES, TRANSFORMATIONS MÉDIATIQUES ET STRATÉGIES ÉDITORIALES

- Sémio-anthropologie du tourisme
- Patrimoines et médiations numériques
- Patrimonialisation et ingénierie culturelle : création, montage d'actions et événements plurimédias pour les destinations

— PUBLIC

Tous les acteurs du monde de l'information et de la communication et des secteurs de la culture et de l'art, du tourisme et de la mobilité ou encore du patrimoine, qu'ils soient indépendants, salariés ou demandeurs d'emploi

Personnes issues des métiers de la communication, de l'information, du marketing, de l'édition, de l'audiovisuel ainsi que ceux du voyage, des mondes de la culture, des loisirs, du patrimoine des médiations et du sport

— PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

Management de la culture et de la créativité

Approches interdisciplinaires du tourisme et de la culture

Théories de l'information et de la communication, sociologie des médias appliqués à ces secteurs

Sociologie et anthropologie de l'innovation culturelle et du numérique

— 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

Formation reconnue par les professionnels

Réseau d'anciens élèves

- Stratégies de développement et de communication des CDT (Fédération et Val-de-Marne)
- Journalisme culturel
- Conférences politiques et stratégies des organisations et institutions culturelles, artistiques et touristiques

B. LOGIQUES, SUPPORTS ET RHÉTORIQUES DE L'ÉCRITURE MULTIMÉDIA

- Direction éditoriale et outils de conception numérique
- Le design comme méthodologie

C. MÉTHODOLOGIE DE DIAGNOSTIC ET D'ÉVALUATION DE POLITIQUES DE COMMUNICATION PLURIMÉDIAS

- Stratégies de communication des institutions et organisations culturelles, patrimoniales et touristiques
- Nouveaux enjeux de la communication des musées / l'exposition, du concept à l'évaluation (cours et atelier)
- Ville numérique et mutations urbaines / stratégie éditoriale des institutions du patrimoine

D. LANGUE VIVANTE

- Anglais

OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIE PROFESSIONNELLE

A. LANGAGES ET COMMUNICATION, LANGUES VIVANTES

- Langue vivante : anglais
- Sémiologie de l'image, sémiologie du son, écritures audiovisuelles et multimédia : études de cas
- Techniques audiovisuelles et informatiques pour le multimédia : applications au patrimoine

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

- Conception et gouvernance des dispositifs numériques : une approche systémique et territoriale
- Diagnostic et évaluation des nouveaux lieux de culture
- Études et veille territoriales, évaluation et décision

C. MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

- Politique événementielle et mécénat : études de cas
- L'écriture professionnelle de soi
- Droit du multimédia

MÉMOIRE

- Cours
- Séminaires et tutorat

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

Connaissance du marché et des acteurs des médias et de la communication, dans les secteurs du tourisme, de la culture et des patrimoines

Capacité à mettre en œuvre, à positionner et à évaluer un plan de communication et un plan médias

Compréhension stratégique de l'apport des cultures numériques au développement des territoires, des destinations et des lieux culturels

Aptitude à manager des projets créatifs et innovants (festivals, expositions, projet d'édition, d'évènements...)

DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Spécialistes de la communication, avec des perspectives de carrière dans les organisations et institutions de la culture, du tourisme et du patrimoine, en agences spécialisées

Porteurs de projets et entrepreneurs culturels, touristiques et des patrimoines

ORGANISATION

Les cours se déroulent de septembre à février

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

Mémoire d'étude et de recherche

PROGRAMME

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

Le programme est composé de quatre unités d'enseignement

COÛT DE LA FORMATION

7 500 euros

OBJECTIF

Cette formation a pour objectif de donner une expertise en communication de marque.

Elaborer des stratégies profitables pour les marques implique une vigilance et une cohérence accrues pour engendrer de la confiance.

La prise en compte des évolutions de la consommation et de la communication permet d'ajuster les stratégies de marque et d'élaborer des plans d'action efficaces.

Une attention particulière portée à l'environnement numérique, permet de saisir les opportunités actuelles pour augmenter la valeur des marques.

Les enseignements assurés par les universitaires et des experts professionnels visent à une compréhension approfondie des marques et de leur communication.

PUBLIC

Cadres avec expérience en marketing et/ou communication commerciale, en entreprise ou en agence, souhaitant compléter leur formation initiale et professionnelle et d'y adjoindre une spécialisation à la « marque »

Cadres avec expérience dans différents secteurs d'activité, mais n'occupant pas encore (ou partiellement) des fonctions marketing, souhaitant acquérir une double expertise dans leur domaine initial et dans celui du marketing en général et de la marque en particulier. Pour ce second profil, il est demandé préalablement au recrutement d'effectuer une « auto-formation » au marketing et à la communication

PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

Marketing, marque, stratégies de communication, communication numérique, publicité, media planning, planning stratégique, sciences de l'information et de la communication, sémiotique, études qualitatives et quantitatives

ATOUS

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

Pédagogie interactive et suivi personnalisé

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

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 ; SIC et médias
- Médiations marchandes et nostalgie
- La marchandisation du passé
- Espace et médiations marchandes
- Sémiologie critique du numérique
- Panoptisme, marques et internet

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

- Stratégies communicationnelles de la marque
- Planning stratégique : pilotage de marque
- Planning stratégique : insight et pistes créatives

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Droit des marques
- Évaluation financière de la marque
- Marketing stratégique : fondamentaux et stratégies
- Budget et décisions de communication

MARKETING ET STRATÉGIES PLURIMÉDIAS
A. MARKETING DE LA MARQUE

- Marketing digital
- Brand management. Étude de cas

- Stratégies d'entreprise et branding
- Pratiques de la marque
- Stratégie de communication (grand cas)
- Marketing international
- Data marketing

B. STRATÉGIES DE MARQUES

- Stratégies de marque à l'heure du digital
- Stratégies d'innovation
- Stratégies digitales
- Stratégie de design appliqué
- Stratégie de branding et naming
- Data planning

C. STRATÉGIES DE COMMUNICATION, LANGUE VIVANTE

- Analyse et culture publicitaires
- Référencement SEO/SEA et Paid Media
- Expérience client
- Marketing mobile
- Médias sociaux

D. LANGUE VIVANTE

- Anglais

OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

A. LANGAGES ET COMMUNICATION, LANGUES VIVANTES

- Anglais spécialisé (marketing)
- Économie politique du numérique
- Production de contenu vidéo
- Expression orale, présentation de soi

B. MÉTHODOLOGIES DE DIAGNOSTIC ET CONDUITE D'ÉTUDES

- Media planning
- Sémiotique de la marque

C. MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

- études quantitatives et qualitatives

MÉMOIRE

- Méthodologie de la recherche - 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 :

- comprendre les contextes économiques, financiers, sociaux, culturels, communicationnels, et les aspects symboliques de la marque, grâce aux enseignements théoriques
- effectuer un audit de marque, sur la base des enseignements consacrés au marketing de la marque et aux stratégies de communication, aux outils de diagnostic et aux outils d'aide à la décision
- déployer une stratégie de communication en tenant compte des diverses opportunités médiatiques en particulier numériques
- connaître le marché et les acteurs des médias et de la communication
- développer son aptitude à manager des projets innovants

DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Chaque stagiaire doit être à même, à l'issue de cette formation, d'exercer cette expertise dans une entreprise, une agence conseil en stratégies de marque, une agence de publicité ou un cabinet d'études

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

Le programme est composé de quatre unités d'enseignement

COÛT DE LA FORMATION

7 500 euros

OBJECTIF

Le Master 2 professionnel Communication et technologie numérique a pour objectif de former des professionnels de haut niveau, dotés d'une double compétence :

- en sciences humaines, et en particulier en sciences de l'information et de la communication ;
- en technologie numérique, avec des connaissances entrepreneuriales nécessaires pour créer ou développer une activité professionnelle innovante dans le secteur de la communication numérique.

PROGRAMME

APPROCHES THÉORIQUES DE LA COMMUNICATION DES ORGANISATIONS

A. THÉORIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- Théories des SIC et médias informatisés
- Outils et méthodes des SHS appliquées aux études
- Médiation des savoirs et médias informatisés

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

- Sémiologie des technologies numériques
- Stratégie de développement des entreprises médiatiques

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Droit, pratiques juridiques et droit du numérique
- Sociologie des organisations

SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE : COMMUNICATION ET TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE

A. STRATÉGIES DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

- Stratégies de communication
- Communautés en ligne
- Outils numériques de médiation culturelle
- Stratégie digitale et e-réputation
- Référencement / traffic management

B. TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES : MÉTHODES ET OUTILS

- Technologies numériques : tour d'horizon
- Développement de logiciels par les modèles
- Introduction à l'algorithme
- Fouille de données - projet Twitter

— PUBLIC

Les professionnels à la recherche d'une formation en communication numérique. Cette formation accueille des étudiants et des professionnels. La mixité des publics prépare les stagiaires à la vie en entreprise, qui nécessite des concertations entre professionnels de la communication, de la communication numérique et de l'informatique

— PRINCIPAUX DOMAINES D'ÉTUDES

Théories de la communication, sociologie des usages, spécialisation en stratégie de communication numérique, maîtrise des technologies numériques (notamment création de sites web), méthodologies des études et de la recherche

— ATOUTS

Diplôme d'État, inscrit au RNCP
Promotion de 15 à 24 personnes
Cohabilitation CELSA / École des mines d'Alès, avec un partage des cours entre les équipes enseignantes des deux écoles
Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires

Pédagogie interactive et suivi personnalisé

Formation pouvant être prise en charge dans le cadre du CPF de transition

80 % des stagiaires en poste le sont moins de deux mois après la formation

Possibilité d'intégrer l'incubateur technologique de l'École des mines d'Alès, à l'issue de la formation

- Technologies numériques et web dynamique
- Objets connectés - collecte de données
- Outils et méthodes : html, javascript
- Technologies du Web sémantique

C. CONCEPTION DE DISPOSITIFS NUMÉRIQUES

- Identité visuelle et créative cloud
- Son numérique
- Vidéo numérique
- Montage numérique

D. ANGLAIS

OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIE PROFESSIONNELLE

A. LANGAGES ET COMMUNICATION, LANGUES VIVANTES

- Anglais - préparation au TOEIC
- Expression orale

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

- Création d'entreprise technologique
- Gestion de projets par processus
- Cahier des charges et réponse à appels d'offres
- Content management system

C. MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

- Réseaux et sécurité
- Design d'application numérique
- Objets de la communication instrumentée
- Ingénierie des besoins et des exigences
- Partage et diffusion de l'information
- Projet pédagogique multimédia en groupe

MÉMOIRE

- Méthodologie de la recherche
- Séminaire 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
- Passage du TOEIC
- Journée rencontre Apec

Réseau d'anciens élèves du CELSA et de l'École des mines d'Alès

— COMPÉTENCES ACQUISES

Savoir évaluer la stratégie de communication des organisations, et les conseiller

Savoir élaborer une stratégie de communication multimédia, en rapport avec l'environnement

Savoir encadrer la mise en œuvre technique d'un projet multimédia

— DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Responsables de communication experts en communication numérique, alliant une maîtrise poussée d'un certain nombre de technologies numériques à la connaissance et à la maîtrise des stratégies de communication des organisations

— ORGANISATION

L'intégralité des cours se déroule sur le site de Nîmes de l'École des mines d'Alès, de septembre à février

Projet multimédia en liaison avec un commanditaire, stage de 3 mois minimum en entreprise, mémoire d'étude et de recherche

— PROGRAMME

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

Le programme est composé de quatre unités d'enseignement

— COÛT DE LA FORMATION

7 500 euros



IMT Mines Alès
École Mines-Télécom

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 et de l'entreprise
- Sociologie en situations de travail
- Psychosociologie et situations de 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
- Communication financière et financiarisation du discours de l'entreprise
- Culture d'entreprise, action RH et management
- RSE et enjeux éthiques

C. ORGANISATIONS, STRUCTURES ET FONCTIONS

- Stratégies d'entreprises, politiques de GRH et enjeux de management
- RH et fonction financière
- Faire des RH à l'international

**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

– 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 20 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

Formation reconnue par les professionnels

Réseau d'anciens élèves

- Enjeux, politiques et outils de rémunération
- RH et risques psychosociaux
- Cohésion de groupe
- PSE

B. STRATÉGIE ET PRATIQUES DE COMMUNICATION

- Enjeux et stratégie de communication
- De l'action au plan de communication
- Marque employeur
- Communication de crise

C. MANAGEMENT ET CONDUITE DU CHANGEMENT

- Conduite de projet
- Conduite du changement
- Management du changement et intelligence collective
- Systèmes et pratiques de management
- Transformations du mouvement syndical et perspectives actuelles
- Pratiques de négociation

E. ENQUÊTE THÉMATIQUE

- Séminaires de suivi d'enquête
- Méthodologie de l'entretien sociologique

OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION ET MÉTHODOLOGIES PROFESSIONNELLES

A. LANGAGES ET COMMUNICATION, LANGUES VIVANTES

- Langue anglaise spécialisée
- Théâtre : animation d'équipe
- 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

- Diagnostic quantitatif et qualitatif

MÉMOIRE

- Méthodologie de recherche en sciences sociales
- Séminaires de suivi d'enquête
- Méthodologie de l'entretien sociologique
- Analyse bibliographique et documentaire
- Méthodologie de recherche en sciences sociales
- Séminaires de suivi de l'élaboration du TER

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

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

Le programme est composé de quatre unités d'enseignement

COÛT DE LA FORMATION

7 500 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

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

B. LA PRESSE ET LE DROIT

- Droit des journalistes et des personnes
- Analyse des médias d'influence
- Médias et médiateurs
- *Fake news*
- Du droit à l'éthique
- Histoire des médias
- Sociologie des médias
- Les textes fondateurs et leurs applications

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
- Module 3 : les genres journalistiques en presse écrite : chronique, portrait, interview, éditorial
- Module 4 : l'édition et la mise en page

B. RADIO

- Module 5 : l'enregistrement et le montage numérique
- Module 6 : l'écriture radiophonique, la présentation (flashes et journaux)
- Module 7 : les genres journalistiques en radio, la gestion du direct [1]
- Module 8 : les genres journalistiques en radio [2]

— PUBLIC

Journalistes en activité (CDI, CDD, pigistes) non diplômés d'une école de journalisme reconnue. Pour le public hors presse, l'activité exercée doit impérativement être en lien avec les médias

— 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 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

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 numérique
- 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
- Module 14 : l'écriture et le référencement
- Module 15 : les genres : web docu, blogs

OUVERTURE INTERNATIONALE ET LANGUES VIVANTES

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

- Politique
- Économie
- Société
- Culture
- Sciences et techniques

B. TRAITEMENT DE L'ACTUALITÉ INTERNATIONALE

- Géopolitique
- Europe
- Ressources naturelles et environnement
- Religion

C. LANGUE VIVANTE

PRÉPARATION DU MÉMOIRE PROFESSIONNEL DE FIN D'ÉTUDES

A. ENCADREMENT PROFESSIONNEL POUR LE 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
- 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
Le programme est constitué de quatre unités d'enseignement

COÛT DE LA FORMATION

Master spécialisé en journalisme :
8 200 euros

Module professionnel :
(suivi indépendamment du Master)
1380 euros par module

OBJECTIF

Généraliste, à temps partiel, ce MBA 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

Le MBA 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 et intervenants professionnels du CELSA
- professeurs étrangers

Une pédagogie interactive

Une organisation compatible avec une activité professionnelle

Promotion de 10 à 20 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

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

- Modèles décisionnels, stratégiques et organisationnels
- Stratégies marketing
- Stratégies de ressources humaines
- Stratégies de communication
- Stratégies financières

MODULE 2

MANAGEMENT OPÉRATIONNEL, OUTILS D'AIDE À LA DÉCISION, RAPPORT AU CHANGEMENT

Développer les capacités de diagnostic des cadres dirigeants, faciliter leur prise de décision et démultiplier leur efficacité professionnelle et personnelle

- Sociologie des organisations
- Gestion de projet / conduite du changement / management de l'innovation
- Management de la diversité : communication interculturelle, internationale /diversité
- Management de soi : media training, coaching, cohésion de groupe
- Innovation, R&D, digital

MODULE 3 CULTURES, SOCIÉTÉS, ÉCONOMIES

Connaître les sociétés et la dynamique des marchés, comprendre les enjeux contemporains en relation avec le contexte social et humain de l'action économique

ÉCONOMIES SOLIDAIRES, BIENS COMMUNS

- Macro économie contemporaine
- Économies solidaires
- Inbound marketing

INSTITUTIONS POLITIQUES ET ONG

HISTOIRE DU MOUVEMENT SYNDICAL

INITIATION À LA RECHERCHE

CYCLE DE CONFÉRENCES

- Économie mondiale
- Conférences pays en fonction de l'actualité
- Enjeux sociétaux et environnementaux (transition écologique, énergie...)

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
- Accès aux conférences avec le Mastère spécialisé® CELSA Entreprendre

sociaux et les enjeux sociétaux dans une logique d'intelligence globale de l'action, de l'amont (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 vendredi et le samedi, 2 fois par mois, le cursus du MBA Sorbonne Université CELSA se déroule à Paris. Il inclut 2 semaines intensives et un voyage d'étude à l'étranger

— PROGRAMME

Environ 560 heures d'enseignement et une semaine d'étude à l'étranger

— COÛT DE LA FORMATION

20 000 euros*
(voyage d'études non compris)

Financement par l'entreprise (plan de développement des compétences, organismes de financement du CPF de transition) ou financement personnel

IMPORTANT : les dossiers de demande de financement au titre du CPF de transition sont à retirer auprès des organismes concernés. Il est vivement conseillé de se renseigner rapidement sur les délais exigés pour la prise en compte de la demande, (en général délai minimum de 3 mois).

* Tarif susceptible d'être modifié au 01/01/2020

OBJECTIF

Le MS CELSA Entreprendre : un cycle de formation innovant et original destiné aussi bien aux porteurs de projets dans les organisations en mutation qu'aux entrepreneurs ou intrapreneurs, aux start-upers, aux salariés, aux personnes en reconversion.

Le Mastère spécialisé a quatre grands objectifs :

- développer les compétences et aptitudes personnelles permettant de porter et valoriser un projet ;
- connaître les fondamentaux de la viabilité et du développement d'un projet ;
- comprendre les transformations en cours dans le monde de la communication et des médias pour y développer une stratégie ;
- prendre confiance, évaluer lucidement un projet et développer un réseau de ressources.

PROGRAMME

FORMATION THÉORIQUE : SAVOIR ÊTRE INTRA/ENTREPRENEUR, SAVOIR GÉRER SON PROJET DE TRANSFORMATION

A. CRÉATION ET INNOVATION

Modules consacrés à la gestion de projet, à l'innovation et à l'intra/entrepreneuriat

- Savoir être entrepreneur
- Élaborer et gérer un projet innovant
- Savoir être créatif
- Introduction à la gestion financière et fondamentaux en stratégie d'entreprise
- Aspects économiques, financiers, budgétaires - Construire son Business Model et réussir son Business Plan
- Maîtriser le cadre juridique de la création et de l'innovation
- Penser l'organisation, son leadership et piloter les ressources humaines
- Lancer son activité : fonctions marketing, aspects stratégiques, environnement, public(s), marchés, prospection... Profils utilisateurs et data
- Gérer sa communication digitale

– PUBLIC

Mixité du public étudiants et professionnels
 Responsables de l'innovation, de la transformation numérique souhaitant réaliser un projet dans le domaine de la communication numérique, de la transformation digitale, de la Data...

Porteurs de projets intrapreneurs, responsables d'une mission au sein d'une entreprise, une agence, une start-up

Créateurs d'entreprise et start-upers souhaitant acquérir des connaissances pointues en communication et en médias et être accompagnés par des experts pour construire et créer leur entreprise

Être titulaire d'un diplôme validant cinq années d'études supérieures pour les étudiants (DEA, Master, diplôme 3^e cycle CEE...)

Pour les candidats de formation continue, être titulaire d'un Bac +5, ou être titulaire d'un Bac +3 ou Bac +4 en faisant une demande de VAP

– ATOUTS

Alliance du meilleur des connaissances spécifiques sur la communication et les médias avec la culture de l'innovation et l'expertise gestionnaire et financière

Mentorat assuré par des professionnels de haut niveau

Promotion au nombre limité permettant un suivi individualisé 12 mois pour obtenir un diplôme (Bac + 6) et concevoir un projet réalisable

Organisation à temps partiel, compatible avec une activité professionnelle

– COMPÉTENCES ACQUISES

Analyse stratégique de la communication et des médias, avec une forte expertise dans les médias informatisés

Veille sur l'innovation dans

MASTÈRE SPÉCIALISÉ® - CELSA ENTREPRENDRE**B. COMPRENDRE POUR AGIR - ANALYSER LES TRANSFORMATIONS DE LA COMMUNICATION, DES MÉDIAS ET DU NUMÉRIQUE****Séminaires stratégiques sur la communication, les médias et les enjeux de la transformation digitale.**

- Transformation digitale et enjeux organisationnels
- Réseaux sociaux
- Flux médiatiques, flux informationnels et documentaires et nouvelles formes de communication en entreprise
- Observatoire médiatique : stratégies, tactiques, pratiques
- Rencontre avec les chercheurs du Gripic

C. COMMUNIQUER POUR CONVAINCRE

- Prise de parole et communication écrite
- Créer, développer sa marque et son storytelling

SUIVI DE PROJET : DEVENIR ENTREPRENEUR

- Méthodologie de la recherche en sciences de l'information-communication
- Conseils personnalisés : rendez-vous personnels, point d'étapes
- Rencontre avec des acteurs de l'écosystème entrepreneurial Sorbonne Université
- Veille internationale en langue anglaise

THÈSE PROFESSIONNELLE : EXPLICITER ET RENFORCER SON PROJET

- Élaboration, rédaction et soutenance d'un mémoire dans le domaine de la gestion de projet, intra/entrepreneuriat portant soit :
 - sur le projet de création d'entreprise ou d'activité
 - sur un projet au sein d'une organisation (développement, intrapreneuriat, essaimage...)
 - sur la recherche d'un modèle économique viable pour une innovation.
- Thèse encadrée par un enseignant-chercheur du Gripic et un expert du secteur
- Stage facultatif possible, dans les champs de l'innovation dans la communication et les médias

CYCLE DE CONFÉRENCES - ATELIERS ET CONVERSATIONS STRATÉGIQUES**JEU D'ENTREPRISE - MISE EN SITUATION DE DIRIGEANT D'ENTREPRISE ACCOMPAGNEMENT DE LA FORMATION****RESPONSABLES DE FORMATION****Enseignant-associé :**

Jean-Christophe Pic, professeur associé, directeur financier, expert Business Plan

Enseignant-chercheur - conseillère scientifique :

Valérie Patrin-Leclère, maître de conférences

Coordnatrice administrative et pédagogique :

Sylvie Gesson

le secteur de la communication, des médias et du digital

Connaissance et pratiques des leviers financiers, méthodologie du business plan

Fonctions managériales : gestion de projets innovants, élaboration d'un modèle économique, définition d'une stratégie marketing commerciale et de communication, recrutement et encadrement d'une équipe, élaboration d'argumentations écrites et verbales à destination d'investisseurs et de publics internes et externes à l'entreprise, choix d'un nom de marque et d'une identité visuelle

— DÉBOUCHÉS ET MÉTIERS

Créateurs d'entreprise, intrapreneurs, dirigeants d'entreprise ou cadres dirigeants d'une entreprise créée ex nihilo avec des enjeux dans le champ de la communication, des médias, du digital, consultant en e-innovation, chefs de projet

— ORGANISATION

1 an à temps partiel :

- Modules d'octobre à juin. En moyenne 2 sessions de trois jours par mois (mercredi, jeudi, vendredi). Rédaction, accompagnement et soutenance de la thèse professionnelle au deuxième semestre (septembre) et suivi des projets individuels au cours de la formation
- Stage facultatif possible en entreprise ou sous l'égide du Gripic

— PROGRAMME

460 heures de cours magistraux, séminaires, ateliers coaching et suivi de projets. Accès à des conseils personnalisés. Encadrement d'une thèse professionnelle sur le projet de création d'entreprise, de développement d'activités ou d'innovation

Crédits : 75 ECTS

— COÛT DE LA FORMATION

8 200 euros



CALENDRIER DES FORMATIONS 2020

CALENDRIER DES INSCRIPTIONS

FORMATIONS TEMPS PLEIN	INSCRIPTIONS
Master 1 et 2	Du 2 septembre 2019 au 4 janvier 2020 inclus Inscription sur www.celsa.fr , rubrique « inscription/résultats », confirmation par l'envoi des pièces demandées en recommandé avec AR.
Master 2 Communication culture tourisme	Jusqu'au 31 mai 2019 inclus
Master 2 Communication et technologie numérique en cohabilitation avec l'École des mines d'Alès	Jusqu'au 31 août 2019 inclus Inscriptions et modalités d'admission sur www.mines-ales
FORMATIONS TEMPS PARTIEL	INSCRIPTIONS
Master 2 rentrée septembre	Du 1^{er} mars au 15 mai 2019 inclus Préinscription sur www.celsa.fr , rubrique « inscription/résultats », confirmation par l'envoi des pièces demandées en recommandé avec AR.
Mastère spécialisé CELSA entreprendre	Jusqu'au 31 août 2019 inclus Préinscription sur www.celsa.fr , rubrique « inscription/résultats », dossier d'inscription à imprimer, envoi des pièces demandées en recommandé avec AR
MSJ CQP développeur de formats audiovisuels et numériques	Du 2 septembre 2019 au 4 janvier 2020 inclus Inscription sur www.celsa.fr , rubrique « inscription/résultats », confirmation par l'envoi des pièces demandées en recommandé avec AR.
MBA	Du janvier 2020 au juin 2020 Inscription sur www.celsa.fr , rubrique « inscription/résultats »

CALENDRIER DE L'ADMISSION

FORMATIONS	COMMISSIONS D'ADMISSION	RÉSULTATS DE L'ADMISSION
Master 2 temps partiel septembre et Master Communication politique, territoires	mai et juin 2019	Affichage le 17 juin 2019, RH le 29 mai 2019
Master 2 CTN	au fur et à mesure de l'arrivée des dossiers	Affichage le 18 juin 2019
MS CELSA Entreprendre	au fur et à mesure de l'arrivée des dossiers	Affichage le 16 septembre 2019
Master 1 et 2 Temps plein, CQP	octobre, novembre, décembre 2019, janvier 2020*	Affichage le 25 janvier 2020 résultats intermédiaires
MSJ	octobre, novembre, décembre 2019, janvier 2020*	Affichage le 17 janvier 2020
MBA	de mars à juin 2020	Résultat au fur et à mesure des commissions d'admission

* Commissions de VAP 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 communication Culture tourisme	10 septembre 2019	17 janvier 2020 <i>Stage de 3 mois minimum suivant la formation</i>
Master 2 temps partiel septembre	9 septembre 2019	juin 2020
Master Communication politique, territoires	9 septembre 2019	31 janvier 2020
Master 2 CTN	2 septembre 2019	28 février 2020 <i>Stage de 3 mois minimum suivant la formation</i>
MS CELSA Entreprendre	26 septembre 2019	25 septembre 2020
CQP	février 2020	mai 2020
Master 1	4 février 2020	29 mai 2020
Master 2 temps plein	25 février 2020	30 juin 2020 <i>Stage de 3 mois minimum suivant la formation</i>
MSJ	5 février 2020	19 février 2021
MBA	septembre 2020	février 2022

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 ».

Mastère spécialisé et MBA : le candidat doit impérativement être titulaire d'un BAC+3.

Quelle est la procédure ?

- Le candidat doit respecter les étapes de préinscription et 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 le bon diplôme.

Qui peut en bénéficier ?

- Toute personne (salariée, non salariée) pouvant justifier d'une expérience professionnelle d'au moins 1 an en rapport direct avec le diplôme visé.
- Au cours de la même année civile, le candidat ne peut déposer pour un même diplôme qu'une seule demande, dans un seul établissement.
- L'attention des candidats est attirée sur le haut niveau d'exigence des formations et des diplômes de niveau I. La démarche VAE est construite sur les mêmes exigences.

Quelle est la procédure ?

Elle se déroule en plusieurs étapes :

1 Premiers contacts, informations sur la procédure, conseil sur l'identification du diplôme, le financement :

auprès du service Information et Orientation Formation Continue ;

2 Dossier de recevabilité : il incite le candidat à mener une première réflexion sur son expérience professionnelle. Il permet à la commission pédagogique d'apprécier la recevabilité de la candidature, de vérifier que la certification visée s'inscrit bien dans le parcours professionnel et que les compétences citées correspondent aux exigences des formations et des diplômes délivrés par l'École ; formulaire Cerfa n° 12818*2 et dossier CELSA

3 Commission pédagogique : elle est constituée d'enseignants universitaires et professionnels, qui donnent un avis favorable ou défavorable sur la demande de recevabilité ;

4 Dossier de preuves : il est proposé au candidat ayant obtenu un avis favorable au dossier de recevabilité. Il a pour objectif de démontrer l'expérience acquise, et ce que cette dernière a permis d'acquérir comme connaissances (regroupées en blocs de compétences), telles que celles attendues d'une personne titulaire de la certification visée. Un accompagnement est proposé. Il permet de bénéficier d'une aide pédagogique pour la constitution et la rédaction du dossier de preuves ;

5 Jury VAE : il est constitué d'enseignants chercheurs et de professionnels experts de la spécialité visée. Le jury étudie et évalue le dossier de preuves, et auditionne le candidat. Après délibération, la décision du jury est notifiée au candidat ;

6 Trois décisions possibles :

- Validation totale : le jury valide l'expérience et les acquis, et avalise la délivrance de la certification visée ;

- Validation partielle : le jury accorde au candidat une partie de la certification visée (un ou plusieurs blocs de compétences ou partie d'un bloc). Des compléments de formation, ou l'acquisition d'expériences complémentaires dans un domaine particulier lui sont demandés pour valider tous les blocs de compétences.
- Aucune validation n'est accordée : la décision du jury est justifiée et notifiée par le directeur du CELSA, au vu du procès-verbal de délibération.

Quel est le coût d'une démarche VAE ?

- Première étape de recevabilité : 100 €
- VAE salarié : 2800 €
(1000 € jury + 1800 €, accompagnement 24h facultatif)
- VAE demandeur d'emploi : 1400 €
(500 € jury + 900 €, accompagnement 24h facultatif)
- + droit universitaires d'inscription de l'année en cours

Les compléments de formation prescrits et suivis au CELSA donneront lieu à des frais de formation correspondant aux tarifs en vigueur pour la formation continue.

Il est possible d'effectuer une demande de financement de la VAE que l'on soit salarié ou demandeur d'emploi, www.vae.gouv.fr/espace-ressources/, fiche outils : financer une démarche VAE (particulier).

Le décret du 3 mai 2002 (décret n° 2002-795) permet de demander à bénéficier d'un congé de VAE.

Le décret du 4 juillet 2017 (n° 2017-1135) actualise le dispositif VAE (articles R 613-633) pour l'enseignement supérieur.

Consultation du portail national (www.vae.gouv.fr), CEP et centres conseil VAE.

Contact Évelyne Durel, sur rendez-vous (conseil, orientation, VAPP, VAE) :
evelyne.durel@sorbonne-universite.fr – Tél. : 01 46 43 76 14



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