

MASTER 1 MÉTIER DE LA COMMUNICATION

OBJECTIF

Le Master 1 forme aux métiers de la communication. Le programme est conçu de manière transversale pour développer les compétences professionnelles des stagiaires 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 et en marketing.

PROGRAMME

UE 0 - INTRODUCTION À LA FORMATION

- Présentation de la formation
- Formation à la recherche documentaire et aux outils multimédias
- Formation et accompagnement du projet professionnel
- État de l'art de la communication (conférences)

UE 1 - DÉMARCHES ET MÉTHODES D'ANALYSE DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

A. APPROCHES THÉORIQUES EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

- Théories de l'information et de la communication
- Introduction à la sociologie
- Sociologie des organisations
- Psychosociologie appliquée à la consommation
- Connaissance des médias
- Enjeux théoriques de la communication des organisations

B. OUTILS ET MÉTHODOLOGIES D'ANALYSE EN INFORMATION ET EN COMMUNICATION

- Identité visuelle
- Études quantitatives et qualitatives
- Sémiologie appliquée

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

- Économie
- Politique internationale et communication
- Stratégies d'entreprise
- Gestion financière et business plan

— 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, gestion et enseignements professionnels

— ATOUTS

Obtention du diplôme national de Maîtrise

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

Promotion de 20 à 25 personnes

Encadrement de haut niveau par des intervenants professionnels et universitaires

Formation pouvant être prise en charge dans le cadre d'un CIF

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 options proposées par le CELSA, en Master 2 à temps plein ou à temps partiel

Réseau d'anciens élèves

MASTER 1 MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

UE 2 - SPÉCIALISATION PROFESSIONNELLE

A. COMMUNICATION DES ENTREPRISES ET DES INSTITUTIONS

- Communication institutionnelle
- Communication publique
- Plan de communication
- Stratégies et outils de communication interne
- Relations avec la presse
- Relations publiques
- Mécénat

B. MANAGEMENT DES RESSOURCES HUMAINES

- Fondements des ressources humaines et nouveaux enjeux RH
- Pratiques et enjeux de recrutement
- Gestion des compétences et des carrières, et actualité de la formation
- Droit du travail
- Situations professionnelles et conduite du changement

C. MARKETING

- Marketing stratégique
- Approches de la marque
- Communication publicitaire
- Media planning et stratégie médias
- Marketing et réseaux sociaux

UE 3 - INFORMATION, COMMUNICATION ET LANGAGES DANS LE MONDE CONTEMPORAIN

A. TECHNIQUES D'EXPRESSION

- Atelier d'écriture créative
- Expression orale et media training
- Accompagnement et stratégies de recrutement

B. LANGAGES ET ANALYSE DE LA COMMUNICATION

- Site web collaboratif et community management
- Étude d'image interne et d'usages

C. LANGUE VIVANTE

- Anglais

UE 4 - TRAVAIL D'ENQUÊTE ET DE RECHERCHE

- Méthodologie de la recherche
- Séminaires, travaux de groupes / projets tutorés

— 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 de mars 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

4 800 euros

